



**MARIA DO CÉU
NOGUEIRA DIAS
VIEIRA**

**O VALOR DAS BIBLIOTECAS DO ENSINO
SUPERIOR: ESTUDO DE CASO DA UA**



**Universidade de
Aveiro**

2013

Instituto Superior de Contabilidade e
Administração de Aveiro

**MARIA DO CÉU
NOGUEIRA DIAS
VIEIRA**

**O VALOR DAS BIBLIOTECAS DO ENSINO
SUPERIOR: ESTUDO DE CASO DA UA**

Dissertação apresentada à Universidade de Aveiro para cumprimento dos requisitos necessários à obtenção do grau de Mestre em Marketing, realizada sob a orientação científica do Prof. Especialista José Manuel de Almeida Lima Soares de Albergaria, Professor Adjunto do Instituto Superior de Contabilidade e Administração da Universidade de Aveiro.

Dedico este trabalho ao meu filho Alexandre, aos meus Pais

e à minha Avó.

A ti, Jorge.

Aos alunos que têm partilhado comigo desejos, receios e esperanças.

o júri

presidente

Professor Doutor Hugo Márcio Rodrigues de Almeida
Professor Adjunto Convidado do Instituto Superior de Contabilidade e Administração da
Universidade de Aveiro

Vogal – Arguente Principal

Professora Doutora Joana Terra Motta
Professora Auxiliar, Universidade Europeia

Vogal – Orientador

Prof. Especialista José Manuel de Almeida Lima Soares de Albergaria
Professor Adjunto do Instituto Superior de Contabilidade e Administração da Universidade de
Aveiro

agradecimentos

Agradeço ao meu orientador por tudo o que aprendi ao longo destes três anos.

Agradeço com todo o carinho à minha tutora, Dra. Raquel Soares pela disponibilidade e pela paciência que teve comigo!

Agradeço à Ana e à Alexandra o apoio e ajuda na elaboração deste trabalho.

Aos meus colegas de trabalho, Gracinda e José Manuel, pela paciência que tiveram comigo nos momentos de maior cansaço.

Um agradecimento muito especial aos alunos que aceitaram fazer parte deste estudo!

Por último, aos amigos que sentiram a minha falta!

palavras-chave

bibliotecas do ensino superior, marketing de serviços, valor, impacto, estudos de utilizadores

resumo

O objetivo deste estudo é refletir sobre o valor das bibliotecas do Ensino Superior e procura alcançar resultados que foquem a avaliação do impacto dos serviços, a experiência dos alunos e o valor percebido. Foi efetuada uma revisão de literatura enquadrada na área do marketing de serviços, porque uma das ferramentas fortes de marketing que uma biblioteca pode usar é a capacidade de mostrar o valor do que faz à comunidade académica. A metodologia utilizada foi a de um estudo de caso, aplicado na biblioteca do Instituto Superior de Contabilidade e Administração da Universidade de Aveiro (ISCA-UA), através de um questionário dirigido a todos os alunos do Instituto e de uma entrevista dirigida apenas aos alunos de mestrado. O questionário visava conhecer o padrão de utilização das bibliotecas da UA pelos alunos. A entrevista avaliar o impacto do serviço de apoio e referência da biblioteca do ISCA-UA. Constatou-se que o estudo possibilitou detetar situações críticas, necessidades e apoia a tomada de decisão, em ordem a planejar produtos e serviços de acordo com as necessidades dos utilizadores. Os resultados obtidos de acordo com a perspetiva dos alunos contribuíram para clarificar as razões ou motivações que os levam a usar a biblioteca. Assim, de entre as principais conclusões desta investigação é de destacar o valor das bibliotecas enquanto espaço físico. Constatou-se também, que os alunos perceberam o valor relacionado com o uso dos serviços e recursos da biblioteca, ou seja, o valor equacionado aos efeitos ou resultados. O estudo constitui um contributo no que concerne à identificação de indicadores de impacto que possibilitam medir os resultados dos serviços das bibliotecas.

keywords

higher education libraries, marketing services, value, impact, users' studies

abstract

This study aims to be a reflection on higher education libraries' value and seeks results that focus on assessing services impact, students' experience and their perceived value of libraries. To address this thematic, a literature review was performed focusing on marketing services, because one of the strongest marketing tools that a library may use is the ability to show its value to the academic community. The used methodology was based on case study approach, by means of a questionnaire sent to all graduate and postgraduate students and an interview restricted to master students, conducted in the library of the "Instituto Superior de Contabilidade e Administração da Universidade de Aveiro (ISCA-UA)". The questionnaire sought to determine UA's libraries students use patterns. On the other hand, the interview enabled us to assess ISCA-UA's library reference support service impact. This study made it possible to detect critical situations and needs, at the same time working as a decision's support in order to plan products and services better adjusted to users' needs. Case study results helped to clarify reasons or motivations, according to students' perspectives that lead to library use, showing that one of the key findings in this research is that library values assessment sets on its physical space. This study was also able to determine other aspects of library values, such as students' recognition of its benefits that arising from library's products and services use. This study also contributed to the identification of impact indicators that allow us to measure library's services results.

SUMÁRIO

Índice de figuras.....	iii
Índice de quadros.....	iii
Índice de tabelas	v
Índice de gráficos	vii
Lista de siglas e abreviaturas.....	ix
Introdução	1
1.1 Âmbito e objetivo do estudo	1
1.2 Metodologia utilizada.....	3
1.3 Estrutura da dissertação.....	4
I PARTE: Enquadramento teórico do trabalho	1
<i>Capítulo 1 - As bibliotecas do Ensino Superior</i>	7
<i>Capítulo 2 - Marketing nas bibliotecas do Ensino Superior</i>	11
2.1 Breve enquadramento teórico do marketing	11
2.2 Marketing de serviços: conceito e caracterização	12
2.3 Marketing-mix dos serviços.....	15
2.4 A pesquisa em marketing	17
2.5 Ambiente de marketing nas bibliotecas.....	20
2.5.1 Marketing-mix dos serviços das bibliotecas	21
2.5.2 A pesquisa de marketing e os estudos de utilizadores.....	23
<i>Capítulo 3 – O valor dos serviços em marketing: análise de conceitos</i>	27
3.1 Valor, qualidade e avaliação	27
3.2 Revisão de terminologia aplicada às bibliotecas	30
3.2.1. Qualidade e avaliação.....	30
3.2.2 Medidas e indicadores de desempenho.....	31
3.3 O valor da informação e dos serviços de informação	31
3.3.1 O quadro teórico desenvolvido por Saravecic e Kantor (1997)	33
<i>Capítulo 4 - Demonstrar o valor e o impacto das bibliotecas do ensino superior</i>	37
4.1 Abordagens para avaliação das bibliotecas	38
4.2 Avaliação do impacto das bibliotecas.....	42
4.3 Contribuições para o estudo	47
II Parte – Estudo de caso da UA	51
<i>Capítulo 5 – Metodologia da investigação</i>	53
5.1 Contexto Institucional: a Universidade de Aveiro.....	53
5.1.1 As bibliotecas da Universidade de Aveiro	54
5.1.2 A biblioteca do Instituto Superior de Contabilidade e Administração	55
5.2 Propósito do estudo, objetivos e desenho da investigação	56

5.3 Metodologia do estudo.....	58
5.3.1 Hipóteses e variáveis do estudo	59
5.3.2 Instrumentos de recolha de dados	62
5.3.3 O processo de recolha da informação.....	63
5.4 Aplicação do estudo: o questionário	65
5.5 Avaliação do impacto do serviço de apoio e referência: as entrevistas.....	67
5.5.1 Seleção da amostra.....	72
<i>Capítulo 6 – Apresentação e análise dos resultados</i>	<i>74</i>
6.1 O tratamento estatístico dos dados	74
6.2 Apresentação dos resultados do questionário	76
6.2.1 Bloco 1. Análise descritiva da amostra.....	76
6.2.2 Bloco 2. Comportamento de utilização da biblioteca	82
6.2.3 Bloco 3. A importância e utilidade da biblioteca na opinião dos alunos	94
6.2.4 Bloco 4. Satisfação.....	98
6.3 Resultados das entrevistas: história de valor do serviço	99
6.3.1 Bloco 2. A Relação com a biblioteca do ISCA-UA	100
6.3.2 Bloco 3. O contributo da biblioteca.....	102
6.4 Análise dos resultados e avaliação do impacto do serviço	105
6.5 Considerações finais	113
6.6 Limitações do estudo e Linhas futuras de investigação.....	115
Bibliografia.....	116
Anexos	125
Anexo 1. Questionário “O impacto das bibliotecas do ensino superior no processo de aprendizagem”	I
Anexo 2. Guião da entrevista	IX
Anexo 3. Grelha com o conteúdo das entrevistas.....	XI
Anexo 4. Questionário – Bloco 1 – Análise descritiva da amostra	XIII
Anexo 5. Questionário – Bloco 2 - Tabelas de frequências.....	XXI
Anexo 6. Questionário – Bloco 2 - Gráficos de frequências	XXV
Anexo 7. Questionário – Bloco 2. Testes de Normalidade	XXVII
Anexo 8. Questionário – Bloco 2. Testes Não paramétricos	XXIX

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Características dos serviços. Fonte: Kotler e Armstrong, 200, p. 217.....	14
Figura 2. Dimensões para avaliação da qualidade das bibliotecas. Adaptado do projeto Secaba Lab – Laboratório para a Qualidade e a Avaliação.	41
Figura 3. Desenho do estudo de investigação. Adaptado de Oliveira, 2012, p. 65.	57
Figura 4. Estádios para avaliação do impacto das bibliotecas baseados na “LIRG/SCONUL Impact Initiative” Payne, Philip 2006, p. 6.	68
Figura 5. Avaliação do impacto do serviço de apoio e referência da biblioteca do ISCA-UA. Elaboração própria. Adaptado de “LIRG/SCONUL Impact Initiative” Payne, Philip 2006, p. 6.	71

ÍNDICE DE QUADROS

Quadro 1. Valor acrescentado aos serviços nas bibliotecas do Ensino Superior. Adaptado de Rados, Valerim e Blattmann, 1999.	21
Quadro 2. Marketing-mix 7P’s (Sistematização própria). Fonte: Zeithaml et al., 2006.....	23
Quadro 3. Critérios de apreciação da qualidade dos produtos e dos serviços. Lindon et al., 2008, p. 565.....	28
Quadro 4. <i>Acquisition-Cognition-Application Model of Information Use</i> . Adaptado de Saracevic and Kantor, 1997, p. 533.....	34
Quadro 5. <i>The Reasons-Interaction-Results Model</i> . Adaptado de Saracevic and Kantor, 1997, p. 540.....	35
Quadro 6. Métodos e modelos para avaliação de desempenho das bibliotecas (sistematização própria)	39
Quadro 7. Estudos sobre o impacto das bibliotecas (sistematização própria).	48
Quadro 8. Variáveis utilizadas no estudo. Adaptado de Oliveira, 2012, p. 39.	61
Quadro 9. Classificação do tipo de informação procurada em pesquisas de marketing. Adaptado de Mattar, 2007. Recolha de informação sobre os dados de comportamento dos utilizadores. Adaptado de Lindon et al. 2008.	64
Quadro 10. Objetivos do Serviço de Apoio e Referência da Biblioteca do ISCA-UA.....	69
Quadro 11. Análise dos resultados do questionário.	106
Quadro 12. Resultados da avaliação do serviço de apoio e referência (sistematização própria).	108

ÍNDICE DE TABELAS

Tabela 1. Número de alunos por curso no ano letivo de 2011/2012	66
Tabela 2. Medidas de avaliação e seu significado. Adaptado de Morgado, 2000, p. 126.....	74
Tabela 3. Intervalos do desvio-padrão e seu significado. Adaptado de Morgado, 2000, p. 126.....	75
Tabela 4. Tabela de contingência do teste de qui-quadrado.	80
Tabela 5. Como classifica o seu desempenho acadêmico no último semestre?	81
Tabela 6. Correlação entre variáveis	81
Tabela 7. Utilização média (desvio-padrão) dos serviços e recursos da biblioteca.....	85
Tabela 8. Resultados dos Testes KRUSKAL – WALLIS para a comparação de ciclos de estudo. *	
Itens com diferenças significativas	86
Tabela 9. Médias (desvio-padrão) dos itens de utilização das bibliotecas da UA e pedido de ajuda aos colaboradores discriminados por ciclo de estudos.	87
Tabela 10. Resultados dos Testes KRUSKAL – WALLIS para a comparação de ciclos de estudo. *	
Itens com diferenças significativas	88
Tabela 11. Médias (desvio-padrão) dos itens de utilização de serviços e recursos de informação das bibliotecas da UA discriminados por ciclo de estudos.....	89
Tabela 12. Tabela de correlação entre as variáveis “Tipo de pesquisa que efetua” e “Ciclo de estudos”.* significativo.	91
Tabela 13. Tabela de contingências discriminando por ciclo de estudos as preferências comportamentais de pesquisa de informação	91
Tabela 14. Frequências e percentagem de respostas à variável “Aconselho a utilização das bibliotecas aos meus colegas”	92
Tabela 15. Correlação De Spearman. ** Correlação muito significativa	93
Tabela 16. Grau de importância média atribuída aos vários serviços e recursos disponibilizados pelas bibliotecas.	94
Tabela 17. Grau de importância média atribuída aos vários serviços e recursos disponibilizados pelas bibliotecas, discriminada por ciclos de estudos e os respetivos testes de Mann-Whitney.*	
Itens com diferenças significativas.	95
Tabela 18. Correlação de Spearman. ** Correlação muito significativa.....	97
Tabela 19. Correlação de Spearman. ** Correlação muito significativa.....	97
Tabela 20. Média e desvio-padrão da satisfação dos alunos em relação a cada um dos atributos das bibliotecas.....	98
Tabela 21. Índice de satisfação dos alunos do ISCA-UA com as bibliotecas da UA.....	99

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1. Análise de frequências das variáveis de caracterização da amostra.....	77
Gráfico 2. Frequência de utilização das bibliotecas discriminada por ciclo de estudos	79
Gráfico 3. Comportamento de utilização das bibliotecas da UA pelos alunos do ISCA	83
Gráfico 4. Padrão comportamental na solicitação de apoio aos colaboradores das bibliotecas.	84
Gráfico 5. Comportamento dos alunos na procura de informação.....	90
Gráfico 6. Opinião sobre o contributo dos serviços e recursos das bibliotecas para a aprendizagem ..	96

LISTA DE SIGLAS E ABREVIATURAS

ACRL – Association of College & Research Libraries

AMA – American Marketing Association

CSEQ - The College Student Experiences Questionnaire

EIB – Empréstimo interbibliotecas

EFQM - European Foundation for Quality Management

ESOMAR – European Society for Opinion and Marketing Research

ISCA – Instituto Superior de Contabilidade e Administração

IFLA - The International Federation of Library Associations and Institutions

ISO – International Standard Organization

LGTI – Laboratório de Gestão Tecnologia e Informação

LIRG – Library and Information Research Group

NMR – National Marketing Review

NP – Norma Portuguesa

SCONUL – Society of College, National and University Libraries

SBIDM – Serviços de Biblioteca, Informação, Documentação e Museologia

SDUA – Serviços de Documentação da Universidade de Aveiro

UA – Universidade de Aveiro

INTRODUÇÃO

"It is hard to imagine a college without a library. A required stop on campus tours, the library is the physical manifestation of the core values and activities of academic life." (Kuh e Gonyea, 2003, p. 2)

1.1 ÂMBITO E OBJETIVO DO ESTUDO

As bibliotecas no passado foram olhadas por muitos, como um espaço sagrado, um local de culto, recheado de mistérios guardados ao longo dos anos e carregados de saber. Com a finalidade de armazenar, organizar e controlar as fontes de informação, as bibliotecas nasceram com a expansão da cultura e do saber nas sociedades antigas (Teixeira e Filho, 2008). Hoje, apesar de não deterem o mesmo conceito de sagrado ainda são vistas como locais emblemáticos. Na era da organização do conhecimento, em que a maior riqueza incide sobre a informação, a biblioteca enquanto fonte disseminadora do conhecimento tem um papel de extrema importância e relevância. Por outro lado, as mudanças na sociedade, nomeadamente as tecnológicas e económicas provocaram um grande impacto nas bibliotecas.

Segurado e Amante (2010) definem a biblioteca do ensino superior como um serviço chave, constituindo assim, uma prioridade e preocupação para os profissionais de informação a procura de evidências que documentem o seu contributo no processo de ensino e aprendizagem:

a biblioteca universitária, sendo considerada um serviço chave de apoio às razões de ser da universidade – a investigação, criação de conhecimento e o ensino/transferência desse conhecimento – tem que criar condições para atingir, e ajudar a Universidade a atingir, a excelência nestas áreas. Deste modo, os dirigentes de bibliotecas do ensino superior deverão colocar entre as suas prioridades de atuação, a preocupação com a procura de evidências sobre a forma como a biblioteca contribuiu para os desempenhos de alunos, professores e investigadores. Trata-se, assim, de avaliar de que forma, e através de que atividades, a biblioteca universitária concretiza dois dos papéis que têm marcado a sua evolução: o papel educativo e o de gestão do conhecimento. (Segurado, T. e Amante, 2010, p. 2)

Grandes quantidades de livros não são mais sinónimo de qualidade. Atualmente, as bibliotecas são avaliadas não só em função dos serviços que prestam, mas também em função da sua capacidade de acrescentar valor aos serviços. Com a introdução das novas tecnologias nasceram novos papéis

e novas formas de interação e sociabilidade, possibilitando uma maior aproximação entre os profissionais de informação e o seu público. Presentemente, a comunicação e disseminação da informação ocorre de maneira quase instantânea, o tempo e espaço já não constituem barreiras para comunicar (Morigi e Pavan, 2004). Neste contexto, as bibliotecas do ensino superior têm como imperativo demonstrar a sua relevância e indispensabilidade numa altura em que o "Google" domina a informação junto dos meios académicos e tendo em conta que, os jovens passam tanto tempo na internet como a estudar, a nova realidade impõe assim a inovação dos serviços (Teixeira e Filho, 2008).

Atualmente as bibliotecas, são procuradas pelos serviços que oferecem à comunidade académica, no entanto, estas ainda continuam a preocupar-se mais com os processos do que com as reais necessidades dos utilizadores. Estes processos contemplam o desempenho, medido pela eficácia e eficiência na prestação dos serviços, mas, é necessário prover não só à satisfação dos utilizadores mas também mostrar o valor do que se faz (Segurado, T. M. C. F., 2009). Daí que se sinta a necessidade de recolher evidências, de modo que a comunidade académica perceba o valor da biblioteca. Segundo Payne, Philip and Conyers (2005, p. 1) *"academic libraries must also be able to demonstrate the value of what they are doing and provide evidence of the impact that they are making"*. O desafio para os envolvidos passa assim por documentar e demonstrar como e de que maneira, contribuem para o processo de ensino e aprendizagem (Bell, 2008).

"Measuring a library's impact is inevitably going to be challenging. This is because we are dealing with the complexity of seeking to measure the library's contribution to changes in peoples' awareness, knowledge, competencies, confidence, behaviour, and attitudes" (Payne, Philip e Conyers, 2005). Por conseguinte, avaliar o impacto dos serviços passa pela capacidade das bibliotecas em avaliar alterações ocorridas nas atitudes, nas opiniões e no comportamento dos utilizadores.

Neste contexto, este estudo tem por objetivo principal refletir sobre o valor das bibliotecas do ensino superior. Neste sentido, pretende avaliar o impacto dos serviços na aprendizagem dos alunos, isto porque, é importante que as universidades percebam o valor do papel das bibliotecas, no apoio ao ensino e aprendizagem dos alunos (Spalding e Wang, 2006, p. 500). Quantificar o valor da biblioteca é a chave para avaliar a qualidade dos seus serviços e apesar de ser difícil avaliar o impacto destes, torna-se cada vez mais importante que as bibliotecas encontrem maneiras de o fazer, isto porque, *"if you can't measure it, you can't improve it"* (Plosker, 2002, p. 167).

Identificar o valor específico de uma biblioteca pode ser um pensamento estimulante, um exercício, mas que é necessariamente exigido, como um primeiro passo para uma estratégia de marketing eficaz (Germano, 2010).

1.2 METODOLOGIA UTILIZADA

O presente trabalho assenta num estudo de caso e utiliza para recolha dos dados uma abordagem qualitativa e quantitativa. Segundo Yin (1994) um estudo de caso não deve ser confundido com uma investigação qualitativa, os estudos de caso podem ser baseados num misto de evidências qualitativas e quantitativas. Assim procurámos recolher evidências do valor das bibliotecas da Universidade de Aveiro (UA), através da aplicação de um questionário (quantitativa) e de uma entrevista (qualitativa) aos alunos do Instituto Superior de Contabilidade e Administração da Universidade de Aveiro (ISCA-UA).

Importa referir que, na impossibilidade de estudar o universo constituído por todos os alunos dos departamentos e escolas da UA, optámos por uma amostra parcial de modo a melhor operacionalizar o nosso estudo. Assim, escolhemos uma amostra de alunos exclusivamente do ISCA-UA e considerámos essa amostra como representativa dos alunos da universidade de Aveiro, assumindo as devidas limitações. Pela mesma razão, o estudo foi aplicado na biblioteca do Instituto integrada desde 2009 na rede das bibliotecas da Universidade (SBIDM). Neste contexto, o questionário foi enviado a todos os alunos do ISCA-UA¹ visando todas as bibliotecas da rede da UA e teve por finalidade conhecer o padrão de utilização das bibliotecas pelos alunos do ISCA-UA. Além disso, procurámos conhecer a importância e utilidade que os alunos atribuem aos serviços e recursos para a aprendizagem. Ainda neste contexto, buscámos dados que permitissem detetar situações críticas, de modo a satisfazer as necessidades dos alunos.

Por outro lado, a entrevista foi aplicada apenas a alunos de mestrado do Instituto e visou avaliar o impacto do serviço de apoio e referência da biblioteca² na aprendizagem e desempenho académico. Importa aludir ao facto que este serviço é procurado maioritariamente pelos alunos deste ciclo de estudos. Como o valor das bibliotecas envolve o estudo de perceções, neste sentido, as entrevistas contribuem com um conjunto de informações que podem revelar a experiência e opinião dos alunos. Uma das informações que procurámos perceber foi a de possíveis modificações sentidas no comportamento dos alunos pelo facto de usarem o serviço de apoio e referência (Payne, Philip e Conyers, 2005, p. 2).

¹ Os alunos do ISCA-UA tais como os alunos dos outros departamentos e escolas da UA frequentam todas as bibliotecas da rede da Universidade de Aveiro.

² A biblioteca do ISCA-UA integrada na rede das bibliotecas da UA, também disponibiliza o serviço de apoio e referência.

1.3 ESTRUTURA DA DISSERTAÇÃO

O presente trabalho encontra-se dividido em duas partes e está organizado em 6 capítulos. Na primeira parte procedemos ao enquadramento teórico partindo de uma perspetiva de marketing de serviços. Esta abordagem foi utilizada uma vez que as bibliotecas oferecem serviços e produtos de informação considerados como bens intangíveis, o que torna difícil a sua avaliação, nomeadamente no impacto dos serviços nos utilizadores.

Neste contexto, no primeiro capítulo, refletimos sobre o papel das bibliotecas do ensino superior. O capítulo 2 é dedicado ao conceito de marketing de serviços, isto porque, a base para o marketing nas bibliotecas tem por objetivo melhorar a qualidade, sobretudo dos serviços, conhecendo o valor percebido da performance dos mesmos, de modo, a aumentar a satisfação dos utilizadores (Kavulya, 2004). A perceção do valor da biblioteca resulta no aumento da sua utilização, neste contexto, o capítulo 3, teve por objetivo identificar as dimensões do conceito de valor, em marketing de serviços, bem como, o conceito de valor nas bibliotecas e serviços de informação. No capítulo 4, abordámos os procedimentos para avaliar as bibliotecas e para medir o seu impacto na aprendizagem e desempenho académico.

Na segunda parte do trabalho, descrevemos a metodologia utilizada no estudo, apresentámos os resultados e procedemos à sua análise. Esta parte inicia-se com o capítulo 5 e tem como finalidade descrever a investigação, através da apresentação do problema, dos objetivos, questões orientadoras e hipóteses do trabalho. Ainda no decurso deste capítulo, aludimos aos instrumentos de recolha dos dados e à amostra selecionada. O capítulo 6 centrou-se na apresentação e análise dos resultados de modo a identificar o valor das bibliotecas para os alunos do ISCA-UA. Para finalizar, provimos à análise integrada dos resultados do questionário e da entrevista, bem como à apresentação das considerações finais, limitações do estudo e linhas futuras de investigação.

I PARTE: ENQUADRAMENTO TEÓRICO DO TRABALHO

CAPÍTULO 1 - AS BIBLIOTECAS DO ENSINO SUPERIOR

As Instituições Universitárias são consideradas um meio de transmissão de conhecimento nas mais variadas áreas de saber, promotoras de valores locais e globais e são essencialmente, um conjunto de pessoas com a missão de servir pessoas (Costa e Lopes, 2008). Do mesmo modo, cabe ao ensino superior assegurar uma formação de nível superior, promover o sucesso escolar, combater o insucesso e o abandono dos estudantes. Estes objetivos tornaram-se pilares fundamentais das políticas de ensino de qualquer instituição universitária e politécnica, num quadro económico e social cada vez mais exigente em termos de qualificações superiores.

As bibliotecas do ensino superior são símbolos físicos do conhecimento, espaços intelectuais dentro do campus universitário, locais de estudo e aprendizagem, espaços vivos de ensino de investigação e transferência de conhecimento (Weise, 2004). A sua principal função passa por facultar e promover o acesso à informação *"Libraries are places that embody learning, culture, and other important secular values and manifestations of the common good, (...) "* (Weise, 2004, p. 10).

Para qualquer jovem, a transição para o ensino superior representa uma fonte de desafios e o seu sucesso resulta da interação de fatores pessoais, sociais e os relacionados com o meio académico. Dentro das condições do meio académico, as que podem interferir na adaptação académica dos alunos são: i) as condições de natureza física da própria Instituição Universitária; ii) o modo de funcionamento dos órgãos institucionais; e iii) a qualidade da prestação dos serviços. Por outro lado, fatores pessoais como o relacionamento com os colegas, com os docentes e não docentes, podem contribuir para o sucesso académico (Bento e Mendes, 2007). Assim, de acordo com os autores, "O sucesso académico dos nossos alunos resulta de uma interação entre fatores pessoais, sociais e, ainda, os associados ao contexto Universitário" (Bento e Mendes, 2007, p. 1).

Tendo em conta que a relação com o meio académico pode ser um fator decisivo na adaptação e no sucesso dos alunos, as bibliotecas contribuem em certa medida para a sua integração na Universidade, pois segundo Freeman, cit. por Jackson and Hahn (2011, p. 431) *"Upon entering the library, the student becomes part of a larger community (...) "*.

O modelo pedagógico em que assenta o modelo de Bolonha³ implica novas formas de trabalho por parte de alunos, professores e bibliotecários, sendo que os dois últimos têm como objetivo comum,

³ O processo de Bolonha arrancou formalmente com a Declaração de Bolonha a 19 de junho de 1999. Os objetivos gerais são: o aumento da competitividade do sistema europeu de ensino superior e a promoção da mobilidade e empregabilidade dos diplomados do ensino superior no espaço europeu. Informação disponível em: <http://www.dges.mctes.pt/DGES/pt/Estudantes/Processo+de+Bologna/Processo+de+Bologna/>

a promoção do sucesso académico do aluno (Amante, 2010, p. 1). De acordo com Bolonha e segundo Judite Freitas, cit. por Rebelo (2011, p. 27) estamos perante uma alteração de paradigma. O tradicional sistema de aprendizagem baseado na transmissão e aquisição de conhecimentos passa a ter o enfoque no desenvolvimento de competências de aprendizagem, no sentido de promover a autoaprendizagem e a formação ao longo da vida. Adell cit. por Amante (2010, p.3) refere:

o modelo e a prática pedagógica em que assenta o Processo de Bolonha traduz-se num enfoque na aprendizagem mais do que no Ensino, nos estudantes mais do que nos professores, nas competências e não apenas nos conhecimentos, no trabalho do estudante mais do que em aulas magistrais e na aprendizagem ao longo da vida mais do que no enciclopedismo.

Neste contexto, as bibliotecas têm um papel fundamental, integrando espaços e serviços destinados à aprendizagem (Amante, 2010), apoiando as práticas e políticas da instituição em que se inserem (Amante, 2007) e promovendo uma utilização mais efetiva dos seus recursos de informação, dos serviços e produtos disponibilizados, tornando-se deste modo, o reflexo da Universidade. *"That academic librarians may indirectly affect student success through their interactions with students (...). By establishing rapport with students, librarians can help foster a supportive campus environment which has salutary effects on student engagement and achievement"* (Kuth, cit. por Bell, p. 2).

De acordo com O'Brien (n.d) os estudos conduzidos com o propósito de analisar o papel das bibliotecas na retenção dos alunos, parecem apontar para uma correlação positiva entre a sua utilização e a retenção e desempenho académico. Assim, segundo o autor, a relação dos alunos com os profissionais de informação pode direta ou indiretamente ter impacto na retenção, no sucesso académico e na integração na vida académica *"The more librarians interact with the university community, the greater their impact will be on students' lives"* (Mezick, cit. por O'Brien (n.d)).

Esta realidade implica assim, por parte das bibliotecas a procura de evidências que mostrem como contribuem para o desempenho dos alunos, professores e investigadores e de que forma e, através de que atividades, produtos e serviços, concretizam o seu papel pedagógico. Neste sentido, segundo Bell (2008) os inquéritos dirigidos anualmente pelas universidades aos alunos, devem incluir também, os serviços das bibliotecas e englobar os antigos alunos. Por outro lado, as bibliotecas têm que garantir a obtenção de recursos que possibilitem uma oferta de serviços com valor acrescentado, captando a atenção dos responsáveis pela Universidade para os problemas com que se deparam diariamente (Amante, 2007).

Neste sentido, a procura de evidências torna-se fundamental, quando temos que ter em conta tal como refere Brophy, cit. por Amante (2007, p.2) *"Libraries and computing services sit somewhere between the academic and the administrative departments since their role is directly related to learning and research but they do not have direct responsibility for students or programs of study"*.

CAPÍTULO 2 - MARKETING NAS BIBLIOTECAS DO ENSINO SUPERIOR

2.1 BREVE ENQUADRAMENTO TEÓRICO DO MARKETING

Segundo Ferreira, Â. G., Ribeiro, Andrade, Ascensão, and Sousa (2008) as transformações ocorridas na economia após a Segunda Guerra Mundial conduziram a um aumento do comércio e a uma variada oferta de produtos e serviços, bem como, a uma maior participação dos consumidores. De acordo com Lendrevie, Lindon, Dionísio, and Rodrigues (1999) a causa da evolução do marketing deve-se assim, ao chamado mercado da abundância e à passagem de um mercado de vendedores para um de compradores. Segundo Oliveira, J. V. (2012, p. 35) com o aumento da produção, a criação de empresas e a consequente conquista de mercados, surgiu a primeira definição de marketing “conjunto de meios de que dispõe uma empresa para vender os produtos aos clientes de forma rentável”. Neste âmbito, a atividade do marketing limitava-se às vendas, à distribuição dos produtos e publicidade, sendo que o seu campo de ação visava os bens de grande consumo.

Segundo Lindon, Lendrevie, Lévy, Dionísio, and Rodrigues (2008) a conceção moderna do marketing surgiu na indústria de bens de consumo, para se estender de seguida aos bens semiduráveis, aos serviços e às empresas de distribuição e restauração. Nas últimas décadas, alargou-se também às organizações sem fins lucrativos (Ferreira, B., Marques, Caetano, Rasquilha, e Rodrigues, 2012). Isto porque, *"Non-profits must understand that marketing is not about selling, and not about promotion, but about service and adding value (...)"* (Mi e Nesta, 2006, p. 411). Ainda neste contexto, também os organismos públicos começaram a ver no marketing um instrumento capaz de alterar comportamentos, promover serviços, campanhas sociais, governamentais, municipais, entre outras (Lindon et al., 2008). Assim, segundo os autores, o conceito e definição de marketing foi-se alargando. Isto porque, o conceito inicial não se aplicava às organizações que não são empresas, que não têm produtos para vender e cujo objetivo não é ganhar dinheiro. A inclusão das organizações em vez de empresas, de públicos em vez de clientes e a ideia de promoção de comportamentos em vez da venda de produtos, veio descrever o marketing como “o conjunto dos métodos e dos meios que uma organização dispõe para promover, nos públicos pelas quais se interessa, os comportamentos favoráveis à realização dos seus próprios objetivos” (Lindon et al., 2008, p. 28).

Presentemente, o marketing preocupa-se em conhecer os consumidores e neste sentido, tem por função criar, comunicar e fornecer valor. Assim, Kotler and Armstrong (2007, p. 4) definem marketing “como o processo pela qual as empresas criam valor para os clientes e constroem fortes relacionamentos com eles para capturar seu valor em troca.” Segundo a AMA (2013) *"Marketing is*

the activity, set of institutions, and processes for creating, communicating, delivering, and exchanging offerings that have value for customers, clients, partners, and society at large".

O alargamento do campo de aplicação do marketing a outros setores que se distinguem pela natureza dos clientes, dos produtos e dos canais de distribuição e comunicação, conduziram a um marketing mais especializado como, o marketing interno, o marketing público e social e o marketing de serviços (Lendrevie et al., 1999).

2.2 MARKETING DE SERVIÇOS: CONCEITO E CARACTERIZAÇÃO

services are economic activities offered by one party to another. Often time-based, performances bring about desired results to recipients, objects, or other assets for which purchasers have responsibility. In exchange for money, time, and effort, service customers expect value from access to goods, labor, professional skills, facilities, networks, and systems; but they do not normally take ownership of any of the physical elements involved. (Lovelock e Wirtz, 2011, p. 37)

As mudanças operadas nas atividades económicas após a revolução industrial levaram a um desenvolvimento do setor terciário (Ferreira, Â. G. et al., 2008). Neste sentido, o aumento da industrialização nos últimos dois séculos provocou uma diversificação do setor tornando-o mais complexo. Consequentemente, as mudanças ocorridas na sociedade nas últimas décadas, como: i) o avanço nas tecnologias da informação; ii) as mudanças sociais; iii) as mudanças no comportamento dos consumidores; e v) a crescente globalização, originaram um crescimento do setor dos serviços (Lovelock e Wirtz, 2011; e Cota, 2006). Ainda neste contexto, as empresas movidas pela competitividade, foram levadas a criar vantagens centradas na oferta de um conjunto de serviços associados aos bens de consumo (Rocha e Silva, 2006). Por outro lado, o ritmo de trabalho e a pressão no quotidiano, conduziu ao aparecimento de serviços cuja finalidade é "apoiar" as famílias. Entre eles, serviços cujos benefícios se traduzem em poupar tempo como, lavandarias, restaurantes, cabeleireiros, empresas de limpeza, entre outros (Cota, 2006).

O crescimento dos serviços originou assim, um interesse cada vez maior pelo marketing de serviços e segundo Rocha and Silva (2006) entre os pioneiros no campo teórico do marketing de serviços podem ser referenciados autores como Grönroos (1983, 1984, 1995), Norman (1997, 1993) e Lovelock (1983, 1984). Ainda segundo estes autores, os conceitos de qualidade percebida dos serviços partiram do pensamento de Grönroos. Neste contexto, para Ferreira, Â. G. et al.

(2008) o marketing de serviços é a especialidade do marketing que se ocupa dos processos que procuram a satisfação das necessidades dos consumidores.

De acordo com Kotler (1998, p. 412) "Serviço é qualquer ato ou desempenho que uma parte possa oferecer a outra e que seja essencialmente intangível e não resulte na propriedade de nada". Para Vieira (2000), um serviço pode ser uma prestação imaterial ou acompanhar e incorporar um bem material, pode disponibilizar valores intangíveis ou bens físicos. Ainda segundo Lovelock, cit. por Cota (2006) os atos dos serviços sendo tangíveis destinam-se ao bem físico das pessoas, já se o ato do serviço for intangível, beneficia o espírito das pessoas, como a educação, (as bibliotecas) os museus, teatros (entre outros). Por outro lado, "o produto central é o serviço, não devendo este, ser confundido com o "marketing através do serviço", que se centra essencialmente num bem tangível, oferecendo, conjuntamente ao produto um serviço associado ao mesmo" (Oliveira, D. F. L., 2011, p. 14).

Produtos e serviços servem o mesmo fim, satisfazer necessidades e desejos, no entanto, os serviços destacam-se pela sua componente intangível e traduzem-se em experiências que geram valor para o consumidor (Kahtalian, 2002). Neste cenário, o marketing de serviços valoriza a relação com os clientes e tem por objetivo estabelecer relações duradouras "Pensar em marketing de serviços é pensar em valor através do desempenho. É valorizar as pessoas, o marketing interno, os relacionamentos estabelecidos com clientes e parceiros. É entender e atender as expectativas dos clientes, por meio da transformação proporcionada pelo serviço" (Kahtalian, 2002, p. 28).

De acordo com Giancesi e Corrêa, cit. por Silva, F. C. C. d., Schons, and Rados (2006) os serviços possuem três características - são intangíveis, exigem a presença do cliente e são produzidos e consumidos simultaneamente. Kotler (1998) apresenta a variabilidade como a quarta característica, ou seja, os serviços dependem de quem os executa e do ambiente onde são prestados.

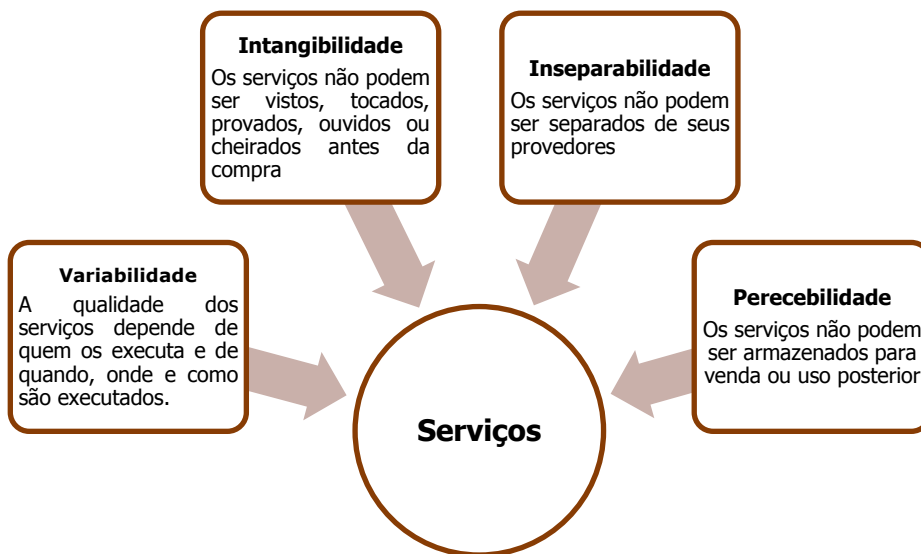


Figura 1. Características dos serviços. Fonte: Kotler e Armstrong, 2000, p. 217

- **Intangibilidade:** A intangibilidade dos serviços não dá lugar à sua posse mas sim ao seu consumo, por conseguinte, os consumidores procuram evidências da qualidade do serviço. Por este motivo, as organizações e serviços procuram tangibilizar o intangível, por exemplo, através de imagens que de alguma forma transmitam os benefícios associados aos serviços (Ginásios, Restauração, Turismo, entre outros) (Monteiro, Pizzinatto, e Spers).
- **Inseparabilidade:** os serviços são vendidos, produzidos e consumidos ao mesmo tempo e a interação entre a pessoa que presta o serviço e o cliente é muito importante no marketing de serviços (Monteiro et al.). Como refere Vieira (2000) o contacto entre ambas as partes, gera momentos de oportunidade do primeiro para adequar os serviços às necessidades dos consumidores. Por outro lado, na generalidade dos serviços o consumidor pode participar como recurso produtivo, o que dá lugar a uma simultaneidade entre a produção e consumo.
- **Perecibilidade:** os serviços não podem ser guardados para posterior prestação. Este facto implica que por parte das organizações e empresas, sejam criadas estratégias com o objetivo de aumentar a qualidade e a procura dos serviços, tais como, serviços complementares, ou serviços de valor acrescentado que promovam a necessidade ou o desejo no consumidor/cliente (Monteiro et al.).
- Relativamente à **variabilidade** e de acordo com Proença (2008) em serviços a repetição da qualidade torna-se difícil. O facto é que, existem fatores que podem interferir com a produção ou prestação do serviço, por exemplo, a relação que se cria com os clientes.

Neste contexto e segundo Monteiro, Pizzinatto e Spers (n.d) a qualidade depende de quem presta o serviço. Neste sentido, de modo a aumentar a qualidade, o marketing interno é uma das estratégias a adotar no marketing de serviços.

Relativamente ao processo de produção do serviço, Ferreira, Â. G. et al. (2008) destacam três elementos que consideram indispensáveis no marketing de serviços: i) o cliente, razão de ser da instituição ou organização; ii) o suporte físico que compreende os meios e materiais necessários à produção do serviço; e iii) o pessoal de contacto que consiste no conjunto de pessoas que trabalham na organização e que são o elo de ligação entre esta e os clientes.

Neste contexto e segundo Lindon et al. (2008) a gestão dos clientes é fundamental e o propósito de criar relações de confiança, gera uma atenção particular voltada para o marketing relacional. Isto porque, clientes satisfeitos colaboram nos diagnósticos de necessidades, dão sugestões, divulgam os serviços e produtos junto de potenciais consumidores e contribuem para a produtividade da empresa ou organização. Neste sentido, o marketing relacional visa: i) o aumento da notoriedade da imagem; ii) a identificação das necessidades dos clientes; e iii) informar, esclarecer e prestar os serviços com qualidade, de modo a assegurar a continuidade nas relações (Idem).

A qualidade e performance dos serviços dependem das pessoas que asseguram a sua prestação, de modo a proporcionar aos clientes um elevado nível de satisfação. Portanto, pessoas motivadas e responsáveis têm uma cultura orientada para a satisfação do cliente (marketing interno) (Lindon et al., 2008). A comunicação interna desempenha assim um papel primordial na mobilização das pessoas para a qualidade na prestação do serviço. Ainda de acordo com os mesmos autores, no marketing de serviços, o suporte físico, têm por finalidade apoiar a qualidade e eficácia na prestação do serviço, através da gestão do ambiente e da gestão funcional do serviço.

2.3 MARKETING-MIX DOS SERVIÇOS

“O Marketing Mix é o conjunto de variáveis controláveis sobre as quais a empresa (ou instituição) pode e deve atuar para, torneando as dificuldades criadas pelas variáveis não controláveis, atingir os objetivos do marketing”. (Moreira cit. por Inácio, Goulão, and Vieira (2008, p. 85).

Segundo o estudo desenvolvido por Araújo and Gorgulho (2002) e de acordo com Grönroos (1998), o marketing de serviços surgiu nos anos 70 como um campo de pesquisa de marketing. Ainda segundo as autoras e de acordo com estudos efetuados por vários investigadores na área dos serviços, a natureza e características dos serviços são diferentes, exigindo assim uma reformulação do marketing-mix.

Neste contexto e em função das diferenças no marketing de serviços, autores como Booms e Bitner (1981) propuseram uma abordagem diferente para o marketing-mix. Assim, com o crescimento do setor dos serviços, o marketing-mix passou a englobar as Pessoas, os Processos e as Evidências Físicas - 7P's, para além dos tradicionais 4P's – Produto, Preço, Promoção e Distribuição, propostos por McCarthy's em 1964 (Araújo e Gorgulho, 2002). Kotler and Armstrong (2007) aludem ao interesse em combinar todos os elementos do mix de marketing, de modo a alcançar os objetivos de marketing e proporcionar a entrega de valor aos consumidores e clientes. Consideram o mix um conjunto de ferramentas que permitem às empresas posicionarem-se nos mercados.

Neste contexto, "**Produto** significa a combinação de bens e serviços que a empresa oferece para o mercado-alvo" (Kotler e Armstrong, 2007, p. 42). No domínio do marketing de serviços e de acordo com Lovelock e Wright (2001), cit. por Araújo and Gorgulho (2002, p. 41) "Produto diz respeito a todos os componentes do desempenho do serviço que criam valor para os clientes". Ainda para Inácio et al. (2008) é o produto físico ou serviço oferecido ao consumidor e deve ter em conta determinados aspetos como a qualidade, a funcionalidade, as características, os benefícios e o aspeto, de modo a satisfazer as necessidades dos potenciais consumidores e clientes.

De acordo com Kotler and Armstrong (2007) o **Preço** é a quantia em dinheiro que os clientes têm que pagar para obter os produtos. Para os autores, é o elemento do marketing mix dos serviços que mais se distancia do marketing de produtos, tendo em conta que alguns serviços, nomeadamente nos serviços públicos, são gratuitos. Segundo Caetano and Rasquilha (2010) cada organização utiliza termos relacionados com a sua atividade para se referir ao preço. As Universidades falam em propinas, os bancos cobram os serviços associados às contas ou empréstimos, verificando-se assim diferentes abordagens ao preço. No entanto, é mais difícil definir preço em serviços do que em produtos.

A **Distribuição** prende-se com o processo, atividades e aspetos físicos que possibilitam a disponibilização do produto ou serviço. Por conseguinte, são os meios que servem para colocar os produtos no mercado e que permitem a oferta do serviço. A entrega ou disponibilização pode ocorrer através de canais físicos, eletrónicos, ou de ambos. Segundo Caetano and Rasquilha (2010) os canais eletrónicos tem atualmente um peso importante na prestação do serviço, gerando

a atração dos clientes e consumidores. Para os autores, a nova realidade caracteriza-se pela passagem *do marketplace* para o *marketspace*. Para Booms e Bitner a disponibilização do serviço ou produto envolve ainda, questões ligadas à localização dos serviços, isto porque, a acessibilidade é um atributo que atrai o consumidor (Araújo e Gorgulho, 2002). A disponibilização do serviço prende-se ainda e também, com as pessoas que o prestam, consequentemente, depende da forma como é prestado (Caetano e Rasquilha, 2010).

A **Comunicação** é o elemento do marketing-mix que tem como função fazer com que os produtos ou serviços sejam conhecidos. De acordo com Lovelock e Wright, cit. por Araújo and Gorgulho (2002, p. 39) a promoção tem por objetivo: i) informar e aconselhar os consumidores, ii) motivar os potenciais clientes quanto aos produtos e serviços e, iii) incentivar a compra do produto ou o consumo do serviço.

Em serviços, as **Pessoas** são um elemento fundamental na prestação do serviço e na estratégia de marketing, no sentido que a interação com os clientes possibilita estabelecer relações duradouras e consequentemente fidelizar o cliente. Neste contexto, este elemento foca-se em estratégias como o marketing relacional e o marketing interno. Para Booms e Bitner cit. por Araújo and Gorgulho (2002) **Processo** refere-se aos procedimentos, mecanismos e fluxos de atividades pelos quais o serviço é entregue. As **evidências físicas**, caracterizam-se pela intangibilidade. Ao contrário dos produtos, o consumidor não pode cheirar, sentir ou tocar os serviços. Por este motivo, estes necessitam de apresentar evidências da sua qualidade, o que implica tangibilizar o serviço sob a forma de determinados aspetos físicos que ajudem os consumidores a perceberem os benefícios que lhe estão associados. De acordo com Booms e Bitner as evidências físicas são importantes na medida que, os consumidores procuram aspetos que possibilitem avaliar a qualidade do serviço (Araújo e Gorgulho, 2002).

2.4 A PESQUISA EM MARKETING

Em 1935, *The National Marketing Review*⁴ referia-se aos estudos de mercado, como “todos os problemas que dizem respeito às transferências e vendas de mercadorias do produtor ao consumidor e aos serviços correspondentes” (Oliveira, J. V., 2012, p. 42). O conceito evoluiu e em 1977 a *European Society for Opinion and Market Research* (ESOMAR) definiu pesquisa de marketing como a “recolha sistemática, registo, classificação, análise objetiva e apresentação dos

⁴ Revista publicada pela *American Marketing Association*.

dados relativos ao comportamento, atitudes e motivações dentro dos contextos das atividades económicas, sociais e políticas” (Idem).

De acordo com Ferreira, Â. G. et al. (2008) das várias definições de marketing, ressaltam sempre dois elementos - O mercado e a satisfação das necessidades. Segundo os autores, mercado representa o conjunto dos consumidores que partilham necessidades, por conseguinte, tem por objetivo, a satisfação dessas necessidades. Em 2004, a AMA⁵ aprova uma nova redefinição, determinando pesquisa de marketing como a função que relaciona o consumidor, o cliente/fornecedor e o público em geral às empresas através da informação – informação usada para identificar e definir os problemas ou oportunidades de marketing; para gerir, melhorar e avaliar ações de marketing; para monitorizar o desempenho de marketing e melhorar a compreensão do marketing como um processo.

Neste contexto, para Oliveira, J. V. (2012) estudos de mercado definem: i) a informação necessária para atingir os objetivos em estudo; ii) os métodos de recolha da informação; iii) os procedimentos da recolha dos dados; e iv) a análise e comunicação dos resultados. Para Mattar (2007) as denominações pesquisa de marketing e pesquisa de mercado, são diversas vezes usadas como sinónimos. No entanto, segundo o autor, a primeira restringe o seu foco ao mercado da empresa ou ao produto, a segunda, compreende a pesquisa de todo o tipo de dados que dizem respeito à atividade de marketing da empresa. Para Malhotra (2006, p. 36) “A pesquisa de marketing é a identificação, recolha, análise e disseminação de informações de forma sistemática e objetiva e o uso de informações para melhorar a tomada de decisões relacionada com a identificação e solução de problemas e oportunidades em marketing.” Já para Zeithaml, Bitner, and Gremler (2006) procurar saber o que os consumidores desejam, é essencial para oferecer serviços com qualidade. Para estes, a pesquisa de marketing é o ponto de partida para conhecer perceções e expectativas em serviços. Neste sentido, uma empresa ou organização que não inclua nas suas funções pesquisas de marketing, é pouco provável que conheça os clientes.

Uma pesquisa de marketing eficaz inclui vários tipos de pesquisa e estudos, pelo que é conveniente, identificar o tipo de pesquisa apropriado para os objetivos que se pretendem atingir. De acordo com Zeithaml et al. (2006) há estudos que se baseiam na: i) Técnica do Incidente Crítico; ii) na utilização do Método ServQual; iii) na pesquisa sobre as expectativas futuras dos clientes; iv) estudos para avaliar a perceção dos clientes de serviços de longo prazo; v) estudos para identificar problemas de serviço e resolvê-los no início do relacionamento e ainda, vi) estudos para desenvolver e testar novas ideias para serviços (entre outros).

⁵ Informação disponível em: <http://www.marketingpower.com/AboutAMA/Pages/DefinitionofMarketing.aspx>

Neste contexto, e de acordo com Mattar (2007) diferentes classificações dos tipos de pesquisa têm sido adotados por diversos autores, entre estas, pesquisas exploratórias, descritivas e explicativas. Quanto à metodologia, os estudos podem ser qualitativos ou quantitativos, dependendo do tipo e objetivo da pesquisa.

Para conduzir uma pesquisa de marketing há, segundo Malhotra (2006) que atender a seis etapas que definem as tarefas a serem executadas na realização do estudo. Neste sentido, segundo Kotler and Keller (2006, p. 100) o processo de pesquisa de marketing é constituído pelos seguintes pontos:

- i) Definição do problema e dos objetivos da pesquisa. O levantamento do problema/oportunidade é de extrema importância para que o pesquisador compreenda as reais necessidades que devem ser examinadas.
- ii) Desenvolvimento do plano de pesquisa, que seja eficiente na recolha dos dados necessários, de modo a que, que possa dar resposta ao problema específico da pesquisa. As fontes de informações podem ser obtidas por pesquisas que reúnam dados primários ou secundários.
- iii) Recolha de informações, esta etapa depende da colaboração dos entrevistados. Desta forma, a aplicação do questionário deve ser feita da melhor forma possível, e o entrevistador deve agir de forma imparcial.
- iv) Análise dos resultados.
- v) Apresentação dos resultados: consiste na elaboração de relatórios com os dados obtidos, na metodologia empregada, e na apresentação das conclusões que poderão servir de base à tomada de decisão.
- vi) Tomada de decisão: a avaliação da pesquisa de marketing é muito importante, da análise das evidências se decide se deve ou não, dar continuidade aos projetos ou serviços.

Tendo em conta que no marketing é importante identificar as necessidades dos consumidores, a pesquisa tem assim uma função descritiva no que toca à obtenção e apresentação dos resultados,

uma função de diagnóstico para explicar os resultados e uma função preditiva que resulta nas decisões de marketing (Oliveira, J. V., 2012).

2.5 AMBIENTE DE MARKETING NAS BIBLIOTECAS

"the concept of costumers or users being more than active recipients of service value and entering into partnership with servile provides to become co-creators of value derives originally from services marketing theory" (Broady-Preston e Lobo, 2011b, p. 126).

A filosofia de que o marketing nasceu com o objetivo de aumentar o lucro das empresas com fins lucrativos tem vindo a mudar, principalmente numa era em que o conhecimento e a informação são fatores indispensáveis ao desenvolvimento da sociedade. Neste contexto, "Das organizações sem fins lucrativos, inseridas no terceiro setor, fazem parte as bibliotecas do ensino superior (...). Estas prestam serviço público no domínio da informação, que é um produto em constante produção e exige, por isso, estratégias específicas no seu tratamento" (Breda, 2012, p. 11).

as bibliotecas são serviços, e são geralmente, agrupadas em quatro categorias: públicas, académicas, especiais e nacionais. O seu sistema depende diretamente do Estado sendo, por isso, de livre acesso. No entanto, podem ser cobradas taxas por alguns serviços prestados. As instituições de ensino superior têm as suas próprias bibliotecas cujo uso tende a estar vedado a pessoas fora da instituição de ensino, sendo, para estas, disponibilizados, frequentemente, serviços para externos, mediante o pagamento de uma taxa. (Oliveira, D. F. L., 2011, p. 15)

Em marketing o produto é o que pode ser oferecido no mercado de modo a satisfazer necessidades, neste sentido, um amplo conjunto de serviços, materiais e programas constituem assim o produto oferecido pelas bibliotecas. Neste sentido, o produto pode ser entendido como as suas fontes e recursos de informação (Silva, M. C. S., 2008). Para Aze cit. por Madhusudhan (2008, p. 3) *"products and services which provide benefits for users and which answer users' most important needs are the core business of the library and information service"*. A característica mais evidente dos serviços nas bibliotecas é a sua intangibilidade. Contudo, também têm elementos tangíveis, o acervo em papel, o espaço físico (uma sala confortável, bem iluminada), os recursos tecnológicos, entre outros. Neste sentido, "uma das técnicas de marketing de serviços é justamente tangibilizar o serviço, isto é, tornar visível o invisível, evidenciar aquilo que o serviço promete" (Kahtalian, 2002, p. 23).

Uma biblioteca do ensino superior centra-se num segmento estreito do mercado, como alunos, professores universitários e investigadores. Assim, presta no mercado um conjunto de serviços direcionado a este público, como – o serviço de apoio e referência, o serviço de atendimento e empréstimo, o serviço de formação de utilizadores, o serviço de empréstimo interbibliotecas, entre outros (Silva, Schons e Rados, 2006). Dentro deste contexto, identificamos nas bibliotecas do ensino superior, dois tipos de serviços: básicos e os de valor acrescentado. O serviço de atendimento e empréstimo é considerado um dos serviços básicos, no entanto, a personalização do serviço de acordo com as necessidades dos utilizadores corresponde assim a serviços de valor acrescentado, conforme o quadro seguinte:

Serviços de informação	Serviços de informação com valor acrescentado
Serviço de atendimento e empréstimo	Possibilidade de efetuar reservas e renovações online, permitindo que o utilizador não tenha que se deslocar à biblioteca.
Serviço de apoio e referência	Levantamento bibliográfico e envio por correio eletrónico.
Lista das novas aquisições	Divulgação das novidades através dos canais de comunicação da biblioteca.

Quadro 1. Valor acrescentado aos serviços nas bibliotecas do Ensino Superior. Adaptado de Rados, Valerim e Blattmann, 1999.

Nas bibliotecas, os utilizadores percebem o valor dos produtos e serviços de informação, através dos benefícios recebidos, em relação ao seu custo, tempo e esforço. Neste sentido, quanto menor for o tempo e o esforço despendido pelo utilizador na procura da informação, maior é o valor percebido (ACRL, 2010). Para Weingand cit. por Kavulya (2004) os utilizadores avaliam uma biblioteca pelas experiências vividas e pela perceção da qualidade dos serviços prestados. Logo, a qualidade percebida resulta no aumento da satisfação dos utilizadores e na vontade de usar os serviços (Leisner cit. por Kavulya, 2004). Neste contexto, os serviços disponibilizados pelas bibliotecas só terão êxito se proporcionarem valor para o seu público. Como tal, o valor dos serviços e produtos só é reconhecido, ou percebido pelos utilizadores, se de alguma forma superarem as suas expectativas. A ideia da criação de valor para o utilizador é fundamental e segundo Cota (2006) resulta do desempenho dos profissionais da informação e da satisfação dos utilizadores.

2.5.1 MARKETING-MIX DOS SERVIÇOS DAS BIBLIOTECAS

No contexto das bibliotecas, **produto** é composto por vários serviços planeados de modo a atender as necessidades dos utilizadores e que se traduzem num bem intangível – a informação e o conhecimento. São estes, o serviço de difusão da informação, serviço de apoio e referência,

serviço de atendimento e empréstimo, programas, atividades, workshops, materiais de apoio (tutoriais), entre outros.

A distribuição diz respeito aos esforços efetuados pelas bibliotecas para tornar os serviços e a informação acessível e disponível, o que implica ter em conta fatores como o tempo e lugar (Baptista, Costa, e Neta, 2009). As páginas Web das bibliotecas devem apresentar um ambiente convidativo ao uso dos serviços e recursos, um adequado uso da cor, a utilização de links que auxiliem a navegação e outros detalhes que tornem a página agradável (Idem). A localização da biblioteca dentro do campus da universidade bem como o horário e a disponibilização dos serviços deve estar em conformidade com as necessidades académicas dos alunos.

O preço refere-se não só ao custo monetário dos serviços mas também ao tempo e esforço que os utilizadores despendem na procura e acesso à informação. Neste sentido, o esforço da biblioteca em prestar serviços que poupem tempo ao utilizador e que atendam as suas necessidades, pode ter um retorno positivo, ou seja, o aumento da procura dos serviços (Idem).

A **promoção** envolve todas as atividades da biblioteca para comunicar recursos, produtos, serviços e seus benefícios (Kavulya, 2004). As atividades de promoção e divulgação permitem por um lado, tornar as bibliotecas mais conhecidas, mais atraentes e manter os utilizadores bem informados. Por outro lado, servem também para melhorar a comunicação (Baptista et al., 2009).

As **pessoas** são um elemento essencial para a avaliação que os utilizadores fazem dos serviços. Isto porque, “o nível de performance e de regularidade da qualidade dos serviços depende muito da competência e da postura do pessoal que assegura a sua prestação” (Lindon et al., 2008, p. 562). Por outro lado, a relação dos profissionais de informação com os utilizadores assume grande importância, no sentido que o utilizador quando satisfeito com os serviços, dá sugestões de melhoria, envolve-se com a dinâmica do serviço e controla a qualidade do que lhe é oferecido. Neste âmbito, por um lado, as bibliotecas devem dar particular atenção à gestão dos utilizadores (marketing relacional). Por outro lado e na mesma linha de pensamento, o marketing interno assume um papel de relevada importância, de modo a proporcionar às pessoas que trabalham na organização, um elevado grau de satisfação e motivação. Isto porque, o marketing interno promove uma cultura orientada para a satisfação do cliente, através da comunicação, formação, desenvolvimento de um espírito de equipa e de partilha de valores (Idem).

As **evidências físicas** assumem um papel muito importante na medida que determinam a forma como o utilizador percebe a qualidade dos serviços. Um conjunto de evidências como, ambientes acolhedores e funcionais, áreas de lazer dentro das bibliotecas e a apresentação dos colaboradores, pode influenciar a percepção dos utilizadores e aumentar o nível de utilização das

bibliotecas. De acordo com Kotler (1998, p. 264) “o espaço físico em que a organização produz ou entrega seus produtos e serviços, torna-se outro poderoso gerador de imagem.

Neste contexto, descrevemos sucintamente no quadro seguinte o Marketing-mix aplicado aos serviços das bibliotecas:

Product (Produto): Conjunto de bens ou serviços disponibilizados pelas bibliotecas, tais como o Serviço de Apoio e Referência – Serviço de Atendimento e Empréstimo – Serviço de Empréstimo Interbibliotecas (EIB), entre outros.

Price (Preço): Tempo e esforço que os utilizadores dispõem para obter a informação, que se pode traduzir também pelo custo monetário de alguns serviços, como o custo do serviço de EIB.

Place (Distribuição): Canais de distribuição ou disponibilização da informação, localização e acessibilidade da biblioteca, como por exemplo as Páginas Web das bibliotecas – Espaço e-learning – Catálogos WEB.

Promotion (Promoção): Divulgação e promoção dos serviços e recursos de informação oferecidos pelas bibliotecas: Newsletters – Blogues – Facebook – Páginas Web.

People (Pessoas): Todas as pessoas envolvidas direta e indiretamente na produção e consumo de um serviço são parte importante do marketing mix, no sentido que, podem influenciar os utilizadores e futuros utilizadores.

Process (Processos): Os procedimentos, mecanismos e fluxo de atividades pelos quais um serviço é oferecido e consumido - Serviço de Aquisições – Serviço de tratamento técnico dos materiais.

Physical Evidence (Evidências Físicas): o ambiente no qual um serviço é prestado, assim como os materiais e outros itens físicos, que podem tornar perceptível o valor dos serviços oferecidos e, facilitar a comunicação com o serviço, tais como: ambiente moderno e acolhedor das salas de estudo, espaços diferenciados, equipamento informático, etc.

Quadro 2. Marketing-mix 7P's (Sistematização própria). Fonte: Zeithaml et al., 2006.

2.5.2 A PESQUISA DE MARKETING E OS ESTUDOS DE UTILIZADORES

“Librarians may wish to conduct help studies that collect information about the impact libraries have on their target audiences. (...). Results from these investigations will demonstrate library value and provide essential information for continuing improvements to library services and resources” (Association of College and Research Libraries, 2010, p. 12).

Com a evolução das novas tecnologias, as bibliotecas deixaram de ter como garantido o monopólio da disponibilização da informação. Neste sentido, não se trata agora de serem mais criativas, de assumirem novos papéis, de desenvolverem novas parcerias e novos projetos, de pensarem em novos serviços, mas sobretudo de serem capazes de demonstrar o valor do que fazem (Payne, Philip e Conyers, 2005). Assim, os profissionais de informação que têm como prioridade responder

às necessidades dos seus utilizadores, que procuram melhorar a satisfação com os serviços e contribuir para o processo de ensino e aprendizagem, necessitam de utilizar métodos de investigação desenvolvidos por outras disciplinas (Oliveira, S. M. d., 1985).

regular market research about library users not only helps determine what current and future collections and services the users may require, but also provides valuable information about how librarians might best communicate so that users know about and understand how to maximize the potential of the services available to them.(Spalding e Wang, 2006, p. 497)

Neste contexto, as pesquisas de mercado realizadas pelas bibliotecas têm servido para chamar a atenção dos bibliotecários para as necessidades dos utilizadores, constituindo uma prioridade na gestão e planeamento dos serviços (Mi e Nesta, 2006). Segundo Plosker (2002) os inquéritos aos utilizadores têm uma função de marketing implícita, que pode revelar serviços e oportunidades e ajudar a preparar planos estratégicos que promovam uma utilização mais eficaz dos produtos e serviços. Por conseguinte, as bibliotecas devem incluir nas suas funções a realização de estudos periódicos, que possam não só providenciar informação sobre oportunidades e estratégicas, mas também avaliar inputs, outputs e outcomes.

Para Payne, Philip and Conyers (2005) um dos procedimentos levados a cabo pelas instituições universitárias, são os inquéritos de satisfação dirigidos aos alunos. No entanto, são poucos os que incluem questões ligadas aos serviços das bibliotecas, ainda assim, são uma forma muito importante de *"gathering the views of consumers that libraries cannot afford to ignore"* (Payne, Philip e Conyers, 2005, p. 2). Isto porque, o comportamento do utilizador é bem mais difícil de conhecer e muito mais importante do que as tradicionais contagens sobre o número de empréstimos de livros, ou de entradas nas bibliotecas. Ainda segundo os autores, as bibliotecas devem mostrar que os serviços que disponibilizam vão efetivamente de encontro às necessidades dos seus utilizadores e que os recursos utilizados estão a ser bem aproveitados. *"Studying the organization and users helps create appropriate library services and programs as well as guide the planning of the right marketing strategy"* (Cram, cit. por Kavulya, 2004, p. 120).

As bibliotecas na sua maioria, sempre equacionaram o marketing como uma atividade de promoção, publicidade e relações públicas, com o objetivo de convencer o seu público da necessidade de utilizar os seus serviços (Borchardt, cit. por Kavulya, 2004). No entanto, devem deixar de presumir o valor do que oferecem e de promover os produtos nesse sentido. Isto porque, segundo Germano (2010) as pontuais promoções dos recursos e serviços não compreendem necessariamente uma estratégia de marketing eficaz. Os questionários, as entrevistas e a observação dos utilizadores, são instrumentos que ajudam a obter evidências sobre o valor das bibliotecas através de comentários, histórias e opiniões. Nesta linha de pensamento e

segundo o mesmo autor, para o marketing refletir credibilidade, deve ser baseado nas histórias e narrativas contadas pelo seu público. De acordo com este, a história do serviço é a narrativa que informa e leva a mensagem de marketing e está diretamente relacionada com o conjunto de necessidades dos utilizadores. A história do serviço deve ser um reflexo do que compeliu um indivíduo ou um conjunto de indivíduos a procurar ou a usar a biblioteca. Deste modo, o marketing de serviços permite perceber o valor das bibliotecas, uma vez que centra a sua preocupação na entrega de benefícios aos utilizadores.

Frequency of use is not nearly as important as the twin perceptions of extreme comfort and value in the service or resources used. The idea is simple, yet profound for library managers: A customer at the expertise level thinks of the library as the first and foremost place for satisfying knowledge-based needs in certain situations, and is willing to share that feeling and expand upon that loyalty with others through word of mouth and their own personalized narratives. (Germano, 2010, p. 12)

Para concluir, a gestão e planeamento dos serviços das bibliotecas deve ser orientada aos utilizadores, principalmente na relação qualidade produto/serviço versus a perceção do utilizador e a sua satisfação (Silva, M. C. S., 2008). Neste contexto, a recolha de informação é uma poderosa ferramenta para a tomada de decisão nas bibliotecas, tendo em conta que os resultados vão permitir planear e melhorar os serviços. Ainda de acordo com Segurado e Amante (2010, p. 4) os estudos possibilitam “a aplicação de diferentes técnicas de marketing e de gestão da qualidade que conduzem a uma melhoria na prestação do serviço”. A pesquisa de marketing é assim um instrumento muito importante, seja quando se está a definir os produtos ou serviços a oferecer ao cliente, ou quando se está a acompanhar os resultados” (Monteiro et al., p. 4).

O “sucesso continuado de uma organização de serviços como a biblioteca universitária depende da capacidade desta em adequar os seus produtos e serviços às necessidades dos utilizadores pois de acordo com Hernon e Calvert (1996) apenas os clientes/utilizadores justificam a existência da biblioteca” (Segurado e Amante p. 3).

Uma das ferramentas fortes de marketing que uma biblioteca pode usar, é a capacidade de mostrar o valor do que faz à comunidade académica, para tal, deve procurar obter narrativas do seu impacto na aprendizagem dos alunos (Weiner, 2007).

CAPÍTULO 3 – O VALOR DOS SERVIÇOS EM MARKETING: ANÁLISE DE CONCEITOS

Este capítulo foca o valor dos serviços. Em primeiro lugar, procedemos a uma revisão de conceitos que se prendem com o valor dos serviços em marketing. O conceito é abordado como tema de literatura de marketing em diferentes contextos, o que contribui para a complexidade do seu estudo (Veludo-de-Oliveira e Ikeda, 2005). No entanto, também é utilizado por várias áreas e dentro destas, podemos encontrar definições que se aplicam à da informação e das bibliotecas. A propósito da dificuldade de definir valor, Saracevic e Kantor (1997, p. 529) referem que *"value has many dimensions, attributes or predicates. Dealing with value is a challenge in any field"*. Ainda segundo Fernandes cit. por Rados, Valerim e Blattmann (1999, p. 11):

valor é um atributo (não existe independentemente) que pode ser aplicado a quase tudo. (...) Valor tem três características próprias: é subjetivo, varia com o tempo e pode ser positivo ou negativo. Manifestações positivas de valor são chamadas de benefícios e negativas de perdas. Portanto pode-se afirmar que um conjunto de ações (atividades) pode agregar ou diminuir valor em serviços e produtos.

3.1 VALOR, QUALIDADE E AVALIAÇÃO

De acordo com Lobo, Duque, Segheto, Oliveira, and Rodriguez (2008) valor é definido de diversas formas e tem sido usado em disciplinas como a economia, o marketing e a psicologia. Para a economia, o conceito prende-se com a utilidade e é representado pelo preço, na psicologia foca-se nos valores pessoais que resultam de experiências e do carácter individual das pessoas. Em relação ao marketing, une as características das duas disciplinas, ou seja, é o cliente ou consumidor que define o valor dos produtos e serviços.

Valor e qualidade são atributos de um produto ou serviço (Dawson, 2011). "Na abordagem do marketing, valor confronta percepções e escolhas, não estando vinculado somente ao aspeto económico que tange a compra de um produto" (Veludo-de-Oliveira e Ikeda, 2005, p. 41). Ainda segundo Holbrook, cit. pelas mesmas autoras (2005, p. 43) "o valor para o consumidor não está no produto adquirido, na marca escolhida, ou no objeto possuído, mas na experiência que daí deriva".

As pessoas são levadas a procurar um determinado produto ou serviço de acordo com a qualidade (atributos) percebida, pelo preço, ou pela combinação destes dois elementos. Neste sentido, os clientes procuram os serviços que entregam mais valor, logo, a sua escolha tende a ser baseada em valor (LGTI, 2005). Ainda neste contexto, em marketing de serviços, o desafio está, em criar valor aos atuais clientes e aumentar o seu grau de satisfação em relação à organização. Também

para Gomes (2008) os consumidores tomam as suas decisões de compra mediante a percepção que têm dos produtos e serviços, ou seja, segundo o valor que lhes atribuem (*consumer value*). Neste sentido, atuam de acordo com o **valor percebido**.

Na ótica do cliente, o valor de um serviço pode ser definido como a relação entre os benefícios percebidos e o esforço realizado para adquirir esses benefícios. No entanto, o valor percebido pode ser diferente de cliente para cliente, mesmo quando os benefícios são iguais para todos. Assim, os benefícios são a combinação de todos os atributos do serviço, como por exemplo: a confiabilidade, a rapidez e eficácia no atendimento, a cortesia, entre outros. Neste sentido, as organizações ou serviços bem-sucedidos são aqueles que oferecem maior valor aos seus clientes. *"If we were to differentiate between quality and value, we would be surprised to find that it is customer who defines value of a product (...)" (Dawson, 2011, para. 2).*

Como conceito, a **qualidade** pode ser entendida como uma característica ou um atributo do produto ou serviço. Quando considerada do ponto de vista do consumidor, pode ser percebida como a capacidade de promoção da satisfação de uma necessidade. No entanto, se a abordagem se centrar no **valor de custo**, o preço determina a qualidade, isto é, a qualidade é percebida pelo consumidor, se o preço for considerado justo (Cota, 2006). A qualidade tem um impacto direto sobre o desempenho do produto ou serviço e influência a satisfação dos consumidores (Lobo et al., 2008). É segundo Cota (2006) uma das principais formas de uma organização se destacar perante as demais. No entanto, segundo o autor, os consumidores não têm todos os mesmos níveis de exigência e de percepção da qualidade do serviço prestado, por esta razão, cabe às organizações, empresas ou serviços, corresponder às expectativas dos seus clientes.

Em síntese, a qualidade em serviços resulta de um conjunto de fatores como, os produtos que acompanham o serviço, a maneira como este é prestado, por quem é prestado e depende também do momento em que é prestado (Idem). De acordo com Lindon et al. (2008) as dimensões da qualidade percebida são diferentes consoante se trate de produtos ou serviços (Quadro 3).

Produtos	Serviços
1. Performances	1. Dimensões tangíveis do serviço
2. Características secundárias	2. Fiabilidade
3. Conformidade com as especificações	3. Competência
4. Fiabilidade	4. Implicação
5. Duração	5. Empatia
6. Serviços associados ao produto	

Quadro 3. Critérios de apreciação da qualidade dos produtos e dos serviços. Lindon et al., 2008, p. 565.

As pessoas têm um peso substancial na prestação do serviço, por conseguinte, a qualidade é variável. Neste sentido, o controlo da qualidade deve ser feito de forma permanente, durante e depois do consumo do serviço (Kotler e Armstrong, 2007). A competência das pessoas que prestam os serviços corresponde em certa medida à performance dos produtos, e as dimensões tangíveis dos serviços são de certa maneira semelhantes à aparência dos produtos (Lindon et al., 2008).

O cliente define o valor do serviço ou produto. A qualidade define a performance do serviço ou do produto.

A **avaliação** ocorre quando o cliente ou consumidor compara os benefícios recebidos do bem ou serviço, com suas expectativas. Segundo Vieira (2000) a natureza dos serviços só permite a sua avaliação após o consumo, ou seja, a avaliação da qualidade acontece ao longo do processo produção-consumo. Ainda no que respeita à avaliação, Parasuramam, Zeithaml e Berry, desenvolveram um instrumento para medir a qualidade dos serviços e a percepção do valor para os clientes e consumidores. O instrumento conhecido por modelo ServQual é constituído por um questionário com 22 itens que englobam cinco dimensões ou determinantes da qualidade⁶: i) capacidade de resposta; ii) confiabilidade; iii) garantia; iv) empatia; e v) os resultados tangíveis do serviço. O questionário está dividido em duas seções, uma corresponde às expectativas do cliente em relação ao serviço a ser investigado. A outra, tem por objetivo medir a percepção do cliente sobre o serviço prestado e com a qual teve experiência (Lobo et al., 2008, p. 12).

Neste contexto, o consumidor compara o serviço prestado com aquele que de acordo com as suas expectativas (valor desejado) lhe deveria ter sido oferecido, emitindo um juízo de valor positivo ou negativo. O juízo de valor, medido em termos de graus de qualidade, resulta da discrepância (Gap)⁷ entre “as expectativas dos clientes em relação ao serviço e a percepção destes em relação ao desempenho do serviço prestado (Gap 5)” (Freitas, Bolsanello e Viana, 2008, p. 90).

⁶ De início as dimensões propostas pelos autores eram 10, no entanto, após sucessivas aplicações e análises estatísticas, a escala SERVQUAL foi aprimorada e as dimensões foram reduzidas a apenas cinco (Lobo et al., 2008).

⁷ Trata-se de uma das cinco discrepâncias (GAP's) que fazem parte do modelo proposto por Parasuraman (1985) para avaliação da qualidade dos serviços.

3.2 REVISÃO DE TERMINOLOGIA APLICADA ÀS BIBLIOTECAS

3.2.1. QUALIDADE E AVALIAÇÃO

Segundo Segurado e Amante (2010) a qualidade de um serviço prende-se com a satisfação e percepção que os utilizadores têm dos serviços prestados. Assim, depende da capacidade das bibliotecas em disponibilizar ou oferecer serviços e produtos que se adequem ao que o utilizador quer. Neste sentido, se não determinarem o que constitui valor para os utilizadores, não vão conseguir adequar os seus objetivos à missão da instituição.

apesar de as noções de qualidade e de avaliação estarem intimamente relacionadas, na prática distinguem-se pois *"Whereas quality is aspiration, search, objectives, referring, evaluation is knowledge, data, reliability, decision making... Therefore, the evaluation is one of supports of the quality, together with the planning and the innovation.* (Segurado, T. e Amante, 2010, p. 2)

Para Hernon e Altman, cit. por Segurado e Amante (2010, p.2) "avaliação é o processo de identificar e recolher dados sobre a organização ou programas, operações e/ou serviços específicos. Estes dados, vistos num contexto de tomada de decisão e definição de políticas, fornecem informação sobre a eficácia, a eficiência, o impacto e o valor do programa, operação ou serviço."

No âmbito da NP ISO 11620:2004 _ Informação e Documentação. Indicadores de desempenho de bibliotecas, versão portuguesa preparada pela Comissão Técnica de Normalização – CT 7, tendo por base a versão inglesa da Norma ISO 11620:1998: "**Avaliação** é o processo de estimativa da eficácia, eficiência, utilidade e relevância de um serviço ou equipamento." "**Desempenho** é a eficácia na prestação de serviços pela biblioteca, e eficiência na afetação e utilização de recursos na prestação desses serviços."

A este propósito e segundo Guimarães et al. (2006) a avaliação é vista como o processo que gera as evidências, é precisar e determinar o grau de satisfação dos utilizadores. É mostrar a qualidade, estimar o custo e os benefícios dos serviços prestados. Neste sentido, permite ir ao encontro das expectativas dos utilizadores. É uma etapa necessária para responder pela eficácia e eficiência dos investimentos feitos e para evidenciar a qualidade e o desempenho das bibliotecas.

3.2.2 MEDIDAS E INDICADORES DE DESEMPENHO

A literatura debruça-se sobre duas preocupações. A primeira corresponde aos esforços para descrever o que determina a eficácia e a qualidade, de modo a operacionalizar os critérios ou indicadores de desempenho. A segunda centra-se nas inúmeras tentativas de descrever medidas e métodos de recolha de dados.

Tal como o termo indica, medida é um instrumento que ajuda a medir o desempenho e a eficácia das bibliotecas. Os indicadores permitem precisar o nível de qualidade e eficácia dos serviços ou produtos. Neste contexto, os inquéritos de satisfação são uma das medidas de desempenho utilizados pelas bibliotecas para medir a eficácia dos serviços. Os indicadores permitem aferir se os resultados são os desejados. As medidas de desempenho são assim, uma ferramenta de gestão que engloba a medição das entradas (indicadores dos recursos essenciais para fornecer os serviços e produtos necessários); das saídas (indicadores resultantes da utilização dos recursos) e dos impactos (efeitos) (Lindauer, 1998). Segundo a Norma portuguesa : NP : ISO 11620 : 2004 : informação e documentação : indicadores de desempenho de bibliotecas (2005) um indicador “é uma expressão (numérica, simbólica ou semântica) que caracteriza atividades (objetos, pessoas, eventos) tanto quantitativa ou qualitativamente, com vistas a aferir o valor dessas atividades”

3.3 O VALOR DA INFORMAÇÃO E DOS SERVIÇOS DE INFORMAÇÃO

O conhecimento é atualmente a moeda de troca mais importante na economia mundial, neste contexto, as bibliotecas e serviços de informação têm um papel muito importante na sociedade atual, *"the means of production, to use the economist's term – is no longer capital, no natural resources (...), nor labor it is and will be Knowledge* (Saracevic e Kantor, 1997, p. 531)". No entanto, continua a ser difícil reconhecer a noção de valor que melhor se equaciona às bibliotecas e aos serviços de informação. De acordo com o relatório da ACRL (Association of College and Research Libraries, 2010) valor pode ser definido de várias maneiras e visto sobre diferentes perspetivas:

1. Valor de troca (valor financeiro ou monetário) - Constitui a medida monetária das propriedades ou qualidades de algo e que possibilita a sua troca por outra coisa. Este conceito de valor é medido pelo retorno do investimento e capta o que os utilizadores estão dispostos a pagar para usufruir dos serviços ou recursos. Assim, para a área da Ciência da Informação, valor de troca

é aquele que o utilizador está disposto a pagar em termos de dinheiro, tempo e esforço (ACRL, 2010).

2. Valor de uso - O uso ou utilidade é uma das mais populares maneiras de definir valor, especialmente se visto numa perspetiva baseada na eficiência. As estatísticas, as entradas (inputs) e saídas (outputs) equacionam o uso com o valor. Neste sentido, quanto maior for a quantidade de livros a circular numa biblioteca, quanto maior for o número de formações disponibilizadas, ou quanto maior for o número de visitantes, melhor é a biblioteca. Naturalmente que as estatísticas relacionadas com os inputs e outputs são importantes, no entanto, não são suficientes para demonstrar o valor das bibliotecas. O uso só por si não é importante, a menos que esteja ligado aos outcomes da instituição.

3. Valor desejado – Este conceito de valor prende-se com os resultados desejados pelo utilizador quando procura e utiliza os serviços das bibliotecas. A ACRL (2010) refere ainda outra definição de valor que se baseia na perceção do utilizador em relação a alternativas competitivas. Neste sentido, as bibliotecas necessitam de estabelecer relações com os seus utilizadores de modo que estes percebam o valor da biblioteca em relação a alternativas como por exemplo, o Google.

Para perceber a relação dos vários conceitos de valor com a Ciência da informação, há que analisar as seguintes questões:

- O que é a informação, o que entendemos por valor da informação? E por valor dos serviços de informação?

Para Almeida and Varvakis (2005, p. 51) há que definir bem o que é o **valor da informação** e o que é o **valor dos serviços de informação**. Para além disso, segundo os autores, “há um complicador que merece destaque: os discursos dos profissionais da informação consideram que qualquer atividade dos serviços de informação (...) é agregadora de valor, sem ao certo conferir a conformidade das atividades empregadas com as expectativas dos usuários”.

A informação tornou-se num bem precioso e gerador de riqueza e pode ser entendida na ciência da informação, como a base do conhecimento. Rados et al. (1999) baseou-se em vários autores e apresenta o conceito de **informação** como o esclarecimento que se possa dar a qualquer pessoa sobre o que ela indaga e é vista como um produto, um serviço ou até mesmo um recurso, porém único, de natureza específica e características muito próprias. A informação está ligada ao homem e ao uso que este faz desta, à maneira como a entende e processa para seu benefício, para Saracevic and Kantor (1997, p. 531) *"Information is that which affects or changes the state of a mind"*. A compreensão do valor da informação passa necessariamente pela necessidade que o homem tem de se manter informado, e pela sua busca de conhecimento. Segundo Barreto, cit. por Sousa (2009, pp. 23-24) a informação situa o homem no mundo, permite conhecer o passado e é

um instrumento da nossa consciência, bem como um agente mediador na produção do conhecimento. Certo é que, o homem necessita da informação para o seu desenvolvimento pessoal, e neste contexto, as bibliotecas são um meio de transmissão de conhecimento.

Para alguns autores, o valor percebido equaciona melhor o valor das bibliotecas. No entanto, ao disponibilizar a informação de um modo adequado e rápido aos utilizadores, as bibliotecas acrescentam valor à informação. Assim, **valor acrescentado** é o reconhecimento pelos utilizadores dos benefícios alcançados em relação aos recursos empregues para disponibilização da informação (Rados et al., 1999). Por outro lado, Figueiredo, cit. por Rados et al. (1999) refere que, acrescentar valor a produtos e serviços de informação resulta de uma situação de necessidade e que só tem significado no contexto de utilidade para os utilizadores. Normalmente os profissionais de informação sentem as suas atividades como criadoras de valor, no entanto, os utilizadores só reconhecem o valor dos serviços se estes responderem às suas necessidades informacionais. Neste contexto, **o valor dos serviços de informação** prende-se com as expetativas que os utilizadores têm em relação aos serviços e recursos, isto é, o **valor percebido**.

De acordo com o relatório da ACRL (2010) de entre as várias abordagens ao conceito de valor, os parceiros das bibliotecas, tendem a focar-se no **valor financeiro** (valor de troca) e no **valor de impacto**. Neste contexto, as bibliotecas devem por um lado, demonstrar que conseguem e sabem gerir os recursos financeiros e que podem ajudar a trazer benefícios financeiros à instituição. Por outro lado, devem focar-se na maneira como podem contribuir para a aprendizagem, para a investigação e para o conhecimento. Ainda neste contexto, o valor é intangível, não se calcula através de números, para Dukart. cit. no ACRL (2010, p. 24): *"you can spend a lot of time coming up with all kinds of calculations (...) but value is much more intangible"*.

Não é difícil perdermo-nos em reflexões sobre os vários conceitos de valor que melhor se equacionam às bibliotecas. Neste contexto, apresentamos no ponto seguinte o quadro teórico desenvolvido pelos autores Saravecic e Kantor, no que concerne à relação entre o valor da informação e o valor dos serviços de informação.

3.3.1 O QUADRO TEÓRICO DESENVOLVIDO POR SARAVECIC E KANTOR (1997)

Saravecic e Kantor (1997) estudaram dois modelos com o objetivo de mostrar os conceitos de valor que melhor se aplicam às bibliotecas e que melhor definem o valor dos serviços. Neste sentido, exploraram também a importância do uso das bibliotecas, na medida que este conduz a resultados que podem ser positivos ou negativos para os utilizadores. Para os autores, a relação

entre informação e serviços de informação é complexa, tal como a relação entre valor da informação e valor dos serviços de informação.

Assim, os serviços de informação são o mecanismo que providencia a informação ao utilizador. Quando providenciam a informação, completam o seu papel no processo, mas o utilizador ainda não completou a sua atividade cognitiva, tem ainda de processar a informação que lhe foi fornecida. Neste contexto, para reconhecer a distinção e ligação entre o valor da informação e o valor dos serviços de informação, os autores desenvolveram dois modelos. O primeiro prende-se com o **uso e valor da informação**, o segundo com o **uso e valor dos serviços de informação**.

Segundo os autores, o **valor da informação** prende-se com o **uso da informação**. Os utilizadores procuram os serviços de informação para dar resposta a uma necessidade informacional. No entanto, há uma ligação mas também uma grande diferença entre o uso da informação por si só, e o uso dos serviços de informação. Para Saravecic e Kantor esta questão reflete-se nos conceitos de valor. As bibliotecas e serviços disponibilizam a informação mas a diferença reside no uso efetivo dos serviços, no sentido que são estes que vão acrescentar o valor à informação. *"the visit to the library has increased the value to the paper that will be written by this scholar" (...) we can nonetheless say that the information gained from a library exhibits its value in the application and the final product"* (Saracevic e Kantor, 1997, p. 535).

Neste contexto, os autores apresentaram um primeiro modelo *"Acquisition-cognition-application"* (A-C-A), apresentado no quadro 4.

A - Aquisição - Processo de procurar informação, caracteriza-se pela intenção e prende-se com a disponibilização da informação ao utilizador (processos).

C - Cognição - Processo de absorver a informação, compreendê-la e interpretá-la. Envolve algumas mudanças no "estado de conhecimento" do utilizador.

A - Aplicação - Processo do uso cognitivo da informação.

Quadro 4. *Acquisition-Cognition-Application Model of Information Use*. Adaptado de Saracevic and Kantor, 1997, p. 533.

No final dos anos 70, foram conduzidos estudos que se baseavam em diversas perspetivas e critérios para avaliação das bibliotecas e serviços de informação. Dentro destes, encontram-se estudos que se centram nos utilizadores e estudos que se centram nos processos e no modelo de valor acrescentado (Saracevic e Kantor, 1997). Os estudos centrados nos utilizadores utilizaram critérios de avaliação como: a satisfação, utilidade, sucesso, relevância, impacto, entre outros. Por outro lado, os estudos centrados nos processos, ou seja, no valor acrescentado, basearam-se em avaliações de desempenho e eficácia – nas chamadas boas práticas, embora não tivessem qualquer relação com o valor propriamente dito. Neste sentido, Taylor (1986), cit. por Saracevic

and Kantor (1997, p. 537) *"has proposed that libraries and information centres "add value" to information and/or information resources. This aspect of value is connected directly to operations of libraries and information systems rather than to users"*.

O conceito de **valor acrescentado**, enfatiza a maneira como as operações ou processos para disponibilizar a informação podem acrescentar valor aos serviços e recursos das bibliotecas. Assim, o modelo anterior quando aplicado às funções e tarefas é considerado apropriado, mas inapropriado quando se considera o utilizador e a maneira como este percebe o valor. No modelo anterior, a perspectiva do **valor acrescentado** serve para facilitar a aquisição da informação pelo utilizador e aí reside a sua grande importância.

Relativamente ao **uso e valor dos serviços** de informação, o enfoque está na utilização efetiva dos serviços da biblioteca pelos utilizadores e neste contexto, os autores, apresentaram outro modelo *"Reasons-Interaction-Result"* (R-I-R), que reflete a perspectiva do **valor percebido** pelo utilizador.

R – "Razões" – o utilizador interage com o serviço, usa-o, mas o que o move é uma determinada razão ou motivo. O que pretende com a utilização dos serviços de informação?

I – "Interação" – Da interação com o serviço, o utilizador obtém respostas que podem ser negativas ou positivas. Como avalia o utilizador a relação com a biblioteca nos diferentes aspetos do serviço?

R – "Resultados" – O utilizador avalia a interação com os serviços de acordo com os resultados obtidos. Os resultados foram relevantes para o que pretendia? Corresponderam às suas expectativas?

Quadro 5. *The Reasons-Interaction-Results Model*. Adaptado de Saracevic and Kantor, 1997, p. 540.

No contexto deste modelo, os resultados provenientes da utilização das bibliotecas é que definem o seu valor para os utilizadores. Assim, o valor percebido reflete a qualidade dos serviços, principalmente quando os benefícios resultam por exemplo, na utilização eficaz da informação e no alcance dos objetivos académicos, *"what a user wants to have happen when interacting with a library and or using a library product or service"* (Association of College and Research Libraries, 2010, p. 22). Assim, segundo os autores, o valor das bibliotecas e serviços de informação é: *"an assessment by users (or user surrogates) of the qualities of an interaction with the service and the worth or benefits of the results of interaction, as related to the reasons for using the service"* (Saracevic e Kantor, 1997, p. 540).

CAPÍTULO 4 - DEMONSTRAR O VALOR E O IMPACTO DAS BIBLIOTECAS DO ENSINO SUPERIOR

The future vitality of libraries in academia will be dependent on whether they can dynamically and continually prove their value to the overall educational endeavor. This value must be documented at a level that transcends specific formats of information, locations of collections and location of users, and that clearly links the investment in campuswide information resources to the effectiveness of particular disciplinary programs. (Lindauer, 1998, p. 546)

Atualmente as instituições de ensino superior estão a mudar e a transformar-se, verificando-se nas universidades, uma maior diversidade de alunos, bem como um maior número de alunos estrangeiros. Por outro lado, assiste-se também a uma maior expectativa dos mesmos, em relação ao que a instituição tem para oferecer, neste sentido, “O sucesso continuado de uma organização de serviços como a biblioteca universitária depende da capacidade desta em adequar os seus produtos e serviços às necessidades dos utilizadores, pois de acordo com Hernon e Calvert (1996) apenas os clientes/utilizadores justificam a existência da biblioteca” (Segurado, T. e Amante, 2010, p. 3).

A informação eletrónica e as redes sociais providenciam atualmente novas maneiras de aceder à informação, questionando o papel e a função das bibliotecas. Por outro lado, devido aos cortes orçamentais e à crise económica instalada, as bibliotecas necessitam de apresentar junto dos seus parceiros demonstrações credíveis do valor dos seus serviços. A mudança no acesso à informação e a passagem do físico para o virtual, provocou um uso menor das bibliotecas e uma descida do número de empréstimo de livros. Ainda segundo Henczel (2006) parte da comunidade académica vê a biblioteca como irrelevante, no sentido que consegue aceder à informação sem sair do gabinete ou de casa, isto porque, as mudanças dramáticas que se verificaram na publicação e na disseminação da informação pelos investigadores, influenciou o modo como as pessoas passaram a aceder e a utilizar a informação.

The ability to demonstrate the value of libraries and their collections is becoming all the more important and undeniably challenging in a period of generational change embodied in a fundamental shift in students' attitudes to using information. Not only do we need to convince the university executive and faculty of the value of libraries; our most challenging audience is increasingly that of the student body. We needed to garner evidence that would unequivocally demonstrate that academic performance can improve by using a library's information resources. (Jantti e Cox, 2011, p. 121)

Neste contexto, um dos grandes desafios das bibliotecas passa por demonstrar o seu valor e ganhar evidência no seio da comunidade académica. As bibliotecas podem ajudar a universidade a aumentar o número de diplomados mas a questão passa por perceber como podem contribuir para tal e como documentar essa contribuição (ACRL,2010).

4.1 ABORDAGENS PARA AVALIAÇÃO DAS BIBLIOTECAS

Para Cagnoli cit. por Rebello (2004, p. 81) “a medida da excelência da biblioteca está no quanto os recursos e serviços apoiam as atividades de ensino-aprendizagem e pesquisa nas instituições de ensino superior”. Quanto às possíveis razões para se avaliar os serviços de uma biblioteca, Lancaster cit. por Coletta and Rosenfeld (2007) alude à necessidade de estabelecer uma escala para: i) mostrar o nível de desempenho e comparar com outras bibliotecas; ii) justificar a existência das bibliotecas; e iii) identificar as possíveis causas de fracasso ou ineficiência dos serviços e melhorá-los. Os resultados das investigações e dos estudos de avaliação das bibliotecas possibilitam não só perceber o seu valor, mas são também, uma ferramenta poderosa ao fornecer informação que pode servir à tomada de decisão.

De acordo com Segurado, T. M. C. F. (2009, p. 10) “A atenção dedicada às atividades relacionadas com a avaliação de desempenho e da qualidade nas bibliotecas aumentou entre os profissionais das instituições de informação portuguesas. (...). Também Ochôa and Pinto (2007, p. 3) referem que “esta área de investigação reúne práticas regulares de auscultação do nível de satisfação dos utilizadores, havendo inúmeros questionários que são lançados com alguma regularidade.” Para Melo and Sampaio (2010, p. 1):

as investigações, no âmbito das medições da qualidade e do desempenho das bibliotecas e centros de documentação podem englobar os seguintes factores: perceção da qualidade da biblioteca por todas as partes interessadas – técnicas de benchmarking – indicadores para aferição dos serviços eletrónicos – modelo do balanced scorecard – aferição de custos - avaliações qualitativas com base em inquéritos e grupos focais de utilizadores – avaliações do impacto e dos resultados dos vários serviços da biblioteca.

Neste contexto, apresentamos no quadro seguinte algumas abordagens utilizadas para avaliar o desempenho e eficácia nas bibliotecas:

Métodos e modelos para avaliação (eficácia e desempenho) de bibliotecas	Descrição
Indicadores de desempenho	Em Portugal uma das ferramentas para avaliação das bibliotecas é a utilização da NP ISO 11620:2004. Esta norma apresenta um conjunto de indicadores de desempenho, nos quais, as bibliotecas se podem basear para avaliar os serviços e a satisfação dos utilizadores. São instrumentos de grande qualidade. A vantagem das bibliotecas realizarem avaliações com indicadores de desempenho prende-se com o facto de poderem avaliar individualmente os serviços. A norma estabelece assim, um conjunto de indicadores para aplicação em todos os tipos de bibliotecas e oferece orientação detalhada sobre a metodologia a empregar. ⁸
Balanced Scorecard	Esta ferramenta de medição e gestão do desempenho continua a ser aplicada com sucesso em programas de avaliação e desempenho das bibliotecas, especialmente na Alemanha ⁹ . Baseia-se em indicadores de desempenho e "foram apresentados pela primeira vez por Robert Kaplan e David Norton em 1992, como um conjunto de indicadores financeiros e não financeiros"(Marques e Oliveira, 2008, p. 109). "As perspectivas do BSC são as seguintes: recursos e infra-estruturas, utilização, eficiência, potencial e desenvolvimento" (Melo e Sampaio, 2010, p. 1).
Modelo de Excelência da EFQM	Criado pela Fundação Europeia para a Gestão da Qualidade (1999), este modelo aparece ligado aos modelos de gestão da qualidade e avaliação de desempenho das organizações. Engloba nove critérios para a avaliação e assenta essencialmente na liderança, nos processos, nos resultados e nos clientes (Ochôa e Pinto, 2012).
Metodologia LibQual+	Baseada no modelo ServQual, surgiu em 1999 e foi um projeto desenvolvido em parceria pela <i>Association of Research Libraries e a Texas A&M University</i> . Trata-se de um modelo de avaliação cujo enfoque reside em vários aspetos dos serviços, dados demográficos e nível de utilização das bibliotecas ("Assessing the value of library services,"). Esta ferramenta é padronizada e utilizada por várias bibliotecas nos Estados Unidos da América, Inglaterra, Austrália, entre outros.

Quadro 6. Métodos e modelos para avaliação de desempenho das bibliotecas (sistematização própria)

⁸ Segurado, T., & Amante, M. J. (2010). *Avaliar para melhorar: o caso da Biblioteca do ISCTE-IUL*. Paper presented at the Congresso Nacional de Bibliotecários, Arquivistas e Documentalistas: Políticas de Informação na Sociedade em Rede, Guimarães.

⁹ Para uma melhor compreensão desta ferramenta sugere-se a leitura do artigo: Melo, L. B., & Sampaio, M. I. C. (2010). *Medição da Qualidade em Bibliotecas e Centros de Informação: Novos Indicadores de Desempenho*. Paper presented at the 10º Congresso Nacional de Bibliotecários, Arquivistas e Documentalistas: Políticas de Informação na Sociedade em Rede, Guimarães

Métodos e modelos para avaliação de bibliotecas	Descrição
Modelo ServQual	Este modelo é baseado na “teoria dos gaps”, isto é, a avaliação é realizada em função da diferença (gap) entre as expectativas e as percepções do utilizador, relativamente aos aspetos da biblioteca que estão a ser medidos. Deste processo, resulta uma escala de avaliação da qualidade dos serviços (Melo e Sampaio, 2010). Segundo Lancaster, cit. por Rebello (2004, p. 81) a medida da qualidade e da satisfação do utilizador “é a diferença entre as expectativas em relação ao serviço e o desempenho observado”. De acordo com Parasuraman, Berry e Zeitham cit. por Teixeira and Filho (2008) os utilizadores avaliam a qualidade do serviço comparando o que desejam, ou esperam, com aquilo que obtêm. O modelo SERVQUAL, tem assim, por objetivo, analisar qualitativamente e quantitativamente o grau de satisfação do utilizador em relação à prestação de serviços. No Brasil por exemplo, o modelo Servqual, tem servido de fundamento para o Programa de Avaliação da Qualidade dos Produtos e Serviços do Sistema Integrado das Bibliotecas da Universidade de São Paulo e que teve o seu início em 2002.
“Projeto SECABA Lab – Laboratório para a Qualidade e Avaliação” (SECABA LAB, 2008)	Implementado em Espanha e adaptado do modelo “LIBqual+” é uma ferramenta que procura fomentar uma cultura de excelência na prestação dos serviços, conhecer os utilizadores e ter um melhor conhecimento do que estes percebem como serviços de qualidade, de modo a, obter informação que possa ser comparável com outras bibliotecas semelhantes – benchmarking. Esta ferramenta mede a percepção e a expectativa dos utilizadores em três grandes dimensões (Fig 2).

Quadro 6. Métodos e modelos para avaliação de desempenho das bibliotecas (continuação).

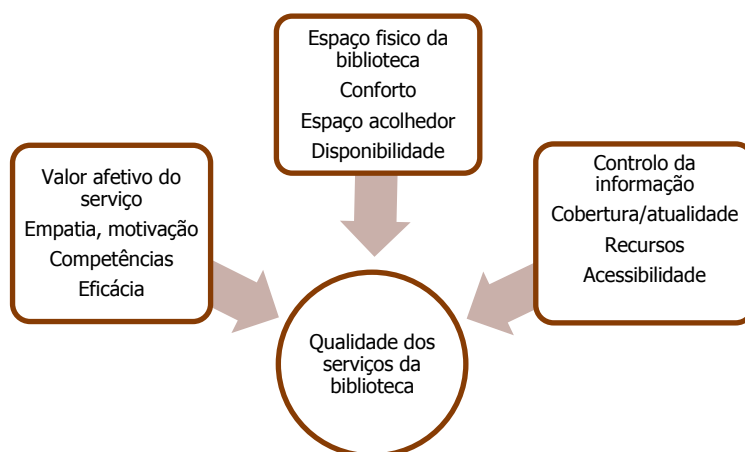


Figura 2. Dimensões para avaliação da qualidade das bibliotecas. Adaptado do projeto Secaba Lab – Laboratório para a Qualidade e a Avaliação.

As bibliotecas têm sido capazes de recolher dados sobre o nível de satisfação dos utilizadores, e através de indicadores de desempenho têm conseguido monitorizar produtos e serviços. A informação recolhida é muito útil para perceber o nível de desempenho e qualidade dos serviços, no entanto, não se foca especialmente no valor dos mesmos, nomeadamente no impacto das bibliotecas na aprendizagem, no ensino e na investigação. Assim, de acordo com Streatfield and Markless (2009) a maioria das bibliotecas sente-se confortável com a tradicional recolha de dados estatísticos para avaliação do desempenho e eficácia dos serviços. Isto porque, a avaliação do impacto das bibliotecas nos utilizadores é considerada uma tarefa muito difícil.

Neste contexto, as estatísticas e as avaliações do desempenho dos serviços, resultam das atividades que são desenvolvidas nas bibliotecas, mas não são suficientes para medir o valor e para providenciar informação sobre os utilizadores (Henczel, 2006). É necessário caminhar para além do quantitativo e procurar resultados que avaliem o impacto, a experiência e o valor. Um nível de utilização alto da biblioteca e o volume de documentos disponibilizados, não implica que o valor percebido pelos utilizadores seja na mesma medida, isto porque, *"usage is not synonymous with value"* (Troll, cit. por Poll (2003, p. 6). Em suma, as estatísticas continuam a ocupar um lugar de destaque mas não são suficientes para perceber o impacto dos serviços nos utilizadores (Guimarães et al., 2006).

Atualmente, e porque os padrões de utilização das bibliotecas se modificaram com a introdução das novas tecnologias, a avaliação tende a centrar-se mais nos resultados, no valor para o utilizador e no retorno do investimento (valor financeiro). Esta realidade tem sido alvo de vários estudos e originou a necessidade de olhar para novos métodos de avaliação das bibliotecas.

4.2 AVALIAÇÃO DO IMPACTO DAS BIBLIOTECAS

a avaliação de efeitos e/ou de impactos corresponde a uma das novas linhas de investigação que, no âmbito da avaliação do desempenho das bibliotecas e de outros serviços de informação, desde finais dos anos 90, tem vindo a ser explorada por alguns estudiosos e profissionais da área da Informação-Documentação. Note-se que, apesar da publicação em 1998 de uma norma internacional sobre indicadores de desempenho de bibliotecas, a ISO 11620, constituiu um marco inequívoco na área da avaliação do desempenho de serviços de informação, nesta norma "... não estão incluídos indicadores para a avaliação do impacto das bibliotecas, tanto nos indivíduos, como na sociedade (NP ISO 11620, 2004, 5). (Pinto, 2010, p. 5)

Os **estudos de satisfação dos utilizadores** resultam da vontade das bibliotecas de se aproximarem dos seus utilizadores e são assim, uma forte ferramenta para avaliar serviços e recursos ("Assessing the value of library services, n. d"). Estes fornecem informação sobre a qualidade dos serviços, sobre as expectativas e satisfação dos utilizadores e sobre o contributo dos mesmos para o desempenho académico. Por outro lado, possibilitam ainda empreender ações que visem melhorar os serviços e contribuir eficazmente para os objetivos da instituição universitária. Segundo Poll (2003) estes estudos estão um pouco mais perto de mostrar os resultados ou efeitos do uso das bibliotecas, no sentido que a satisfação é importante e motiva a repetição do uso do serviço ou produto. No entanto, só por si não demonstra resultados.

A avaliação do impacto foi interpretada por Streatfield and Markless (2009), como dependente de uma pesquisa qualitativa. Isto porque, vem complementar a tradicional medição do desempenho que as bibliotecas estão habituadas a fazer e cujos estudos se focam na eficiência dos serviços e não na perspetiva do valor para o utilizador. Segundo os autores avaliar o impacto prende-se com a identificação e avaliação de necessidades e mudanças nos serviços das bibliotecas. Consequentemente, avaliar o impacto é uma tarefa também ela relacionada com a avaliação das bibliotecas, mas cujo enfoque, situa-se nos efeitos e resultados e não na eficácia ou eficiência no desempenho dos serviços. Para Payne, Philip (2006, p. 2) "*Impact was considered in terms of the difference that libraries make through their interventions*". De acordo com Poll (2003) vários termos têm sido utilizados para caracterizar os efeitos ou resultados das bibliotecas:

- Impacto - efeito ou influência de uma pessoa, coisa ou ação.
- Outcome - consequência, resultado prático ou efeito de um evento ou atividade.
- Valor - a importância de algo, a percepção do benefício real.
- Benefício - efeito positivo e útil que provém de algo ou alguma coisa.

Neste contexto, as bibliotecas devem começar por definir os resultados/efeitos que querem medir tendo em atenção áreas como o sucesso escolar, retenção escolar, aprendizagem, produtividade académica, investigação, ensino, entre outras. Por exemplo, tendo em conta que os recursos eletrónicos significam uma parte substancial dos orçamentos das bibliotecas, há que perceber em que medida contribuem para a aprendizagem e investigação. Por outro lado, para demonstrar o valor dos serviços, há que refletir sobre o que deve ser efetivamente medido. Em termos gerais, os tipos de medidas existentes podem ser divididos em entradas, saídas e resultados/efeitos ("Assessing the value of library services, n. d"):

Entradas ou recursos (inputs): Incluem todos os meios que a organização utiliza para produzir os serviços e produtos, incluindo meios humanos, financeiros, equipamentos, custos com o pessoal, com as coleções, etc. No entanto, uma biblioteca bem apetrechada em termos de recursos, não é necessariamente uma biblioteca com mais qualidade e eficiência.

Saídas (outputs): Prendem-se com os serviços prestados pela biblioteca, constituindo assim, o nível de satisfação com a equipa, com os recursos, os dados estatísticos sobre as atividades, o número de entradas na biblioteca e o número de lugares ocupados. Estas medidas são muitas vezes utilizadas para avaliar em termos económicos, no que respeita à relação custo/benefício. Neste sentido, medem a despesa relativa ao funcionamento dos serviços e recursos em relação ao uso real da biblioteca. Por exemplo, o número de downloads de artigos das bases de dados eletrónicas em relação ao custo total das coleções. Frequentemente, a medição consiste na contagem da quantidade de produtos ou serviços disponibilizados, tratando-se naturalmente de uma medição quantitativa.

Resultados/efeitos/impacto (outcomes): Resultados a curto e médio prazo da utilização dos produtos ou serviços. As bibliotecas não devem olhar apenas para as saídas, medidas em termos económicos, mas começar a avaliar o impacto dos serviços nos utilizadores. Os alunos têm melhores notas por frequentar e usar os serviços das bibliotecas, os investigadores escrevem mais artigos?

Ainda neste contexto e segundo Tenopir (2012, p. 6) "*there are many methods that can be used to measure the value of library products and services.*" A autora agrupa os métodos em três categorias:

- **Valor implícito** – Corresponde à medição do uso dos recursos – está implícito que se as bibliotecas são usadas é porque têm valor para o utilizador. Neste sentido, medir o uso dos recursos eletrónicos e impressos, permite a avaliação da coleção, tal como: i) o número de downloads de artigos eletrónicos; ii) o número de empréstimos; iii) o número de lugares sentados nas salas de estudo; e iv) o número de livros consultados.

- **Valor explícito** – Os métodos para medir o valor explícito incluem instrumentos qualitativos como as entrevistas e têm por objetivo, perceber de que forma a comunidade académica percebe o valor relacionado com o uso dos serviços e produtos das bibliotecas. Neste sentido, o valor é equacionado aos efeitos que as bibliotecas têm no desempenho dos alunos e da comunidade académica em geral.
- **Valor derivado** – Prende-se com o retorno do investimento (ROI) e utiliza vários tipos de recolha de dados. Foca os benefícios e os custos por utilizador, isto é, identifica-se com o valor económico.

Como já referido, os dados estatísticos mostram o valor implícito da biblioteca, constituindo o número de donwloads de artigos eletrónicos das bases de dados subscritas pelas universidades, um dos indicadores (uso da coleção) que permitem medir o desempenho da biblioteca. No entanto, demonstrar o valor implícito não é uma das medidas mais indicadas para mostrar resultados, nem para comunicar o valor da biblioteca à comunidade académica (Tenopir, 2012). A este propósito e como já abordado, relacionar o uso da biblioteca com o desempenho académico não é tarefa fácil. A questão está em desenvolver ferramentas que possibilitem recolher informação acerca da utilidade dos serviços e que se centrem em medidas de resultados/efeitos. Poll (2003) aponta o facto de que mesmo nos casos em que as medidas adotadas possam demonstrar o impacto na aprendizagem, é sempre difícil atribuir de modo consistente a sua origem à utilização da biblioteca. Isto porque, em muitos casos os utilizadores não definem exatamente a sua intenção ao utilizar os serviços. Por outro lado, os benefícios percebidos variam de grupo para grupo, o valor pode ser entendido de maneira diferente pelos parceiros (Poll, 2003). Ainda assim, e segundo os estudos analisados, as percepções dos utilizadores podem mostrar fortes evidências do impacto das bibliotecas.

De seguida, apresentamos alguns métodos que focam a avaliação do impacto na perspetiva do valor para o utilizador:

“Numa situação económica de crise mundial e fortes restrições orçamentais é particularmente importante realizar estudos de custos – eficácia das bibliotecas para justificar perante as direções das instituições quais são os retornos dos investimentos” (Melo e Sampaio, 2010, p. 2).

1. A avaliação contingencial (valor contingencial) é uma metodologia que ajuda a estimar o **valor económico** de um determinado produto ou serviço. Por exemplo, o que os utilizadores estão dispostos a pagar pelo produto ou pelo serviço. Também pode ser usado como um modo de calcular o retorno do investimento.

Oliveira e Coelho (2007) afirmam que “a metodologia de Avaliação Contingencial consiste em simular um mercado hipotético para o recurso em avaliação, contemplando diferentes níveis de provisão, e inquirir diretamente os

indivíduos sobre a sua disponibilidade em pagar por esse serviço, Nas últimas décadas vários autores recorreram à metodologia da Avaliação Contingencial para valorar em termos monetários os serviços das bibliotecas. (Melo e Sampaio, 2010, p. 3)

A avaliação contingencial estuda dois cenários: i) o tempo ganho pelo utilizador, e ii) o que o utilizador está disposto a pagar pelo serviço ou produto. Os custos são medidos em relação ao tempo despendido pelo utilizador na procura de informação, sobre os benefícios ganhos. Em Portugal, Melo e Pires¹⁰ realizaram um estudo qualitativo, cujo enfoque se centrava na identificação do impacto das fontes eletrónicas de informação científica nas bibliotecas académicas portuguesas. As investigadoras, calcularam o valor dos serviços eletrónicos de informação científica, em termos monetários, fundamentado no método de avaliação contingencial, de modo a, estimar a razão Custo/benefício (Melo e Sampaio, 2010).

2. O retorno do investimento é um método que ajuda a demonstrar o valor dos serviços e recursos das bibliotecas em termos monetários. No entanto, este retorno pode não ser financeiro, isto é, pode ser traduzido em termos de visibilidade da instituição e de satisfação dos alunos. Estudos realizados neste âmbito, mostraram que as universidades que leem mais, também publicam mais, neste sentido, como as fontes de informação científica são disponibilizadas através das bibliotecas, há uma relação entre o investimento feito nas coleções documentais e a qualidade da investigação realizada nas universidades (Tenopir, 2012).

3. Valor do uso é um dos métodos usados para demonstrar o valor e as bibliotecas fazem-no através de entrevistas, *"value in use assessment also can help you move beyond traditional statistics and program outputs"* (Simmel, 2007, p. 91). Têm por objetivo, obter através dos utilizadores, informação que mostre os benefícios associados ao uso dos produtos e serviços. As entrevistas possibilitam aos utilizadores se expressarem, de modo a recolher informação detalhada e perceber assim, qual o nível de utilização dos serviços e produtos, bem como, em que medida estes têm impacto na aprendizagem.

4. Técnica do Incidente crítico – Esta técnica foi criada por Flanagan e segundo este "é essencialmente um procedimento para reunir factos importantes relacionados com o comportamento em situações definidas" (Flanagan, cit. por Melo and Sampaio (2010, p. 5). Traduz-se em entrevistar os utilizadores relativamente a uma determinada situação ou uso de um serviço (Tenopir, 2012). Esta técnica pode ser usada para mostrar o valor de uso, a frequência do uso, os efeitos (outcomes) e a importância dos produtos. Um estudo realizado em sete

¹⁰ Luiza Baptista Melo and Cesaltina Pires: The impact of the electronic resources in Portuguese academic libraries: results of a qualitative survey : QQML2009: Qualitative and Quantitative Methods in Libraries, International Conference, Chania Crete Greece, 26-29 May 2009

Universidades nos estados Unidos e na Austrália entre 2004-2006,¹¹ inquiriu a comunidade docente, sobre o propósito da leitura do último artigo científico. Isto porque, segundo o estudo, há uma relação entre o propósito da leitura e as fontes de informação. Neste sentido, a investigação desenvolvida pelas universidades, pode implicar uma maior utilização dos recursos de informação disponibilizados pelas bibliotecas.

Quanto aos **estudos de impacto** o objetivo é o de perceber em que medida o comportamento dos utilizadores muda com a utilização dos serviços das bibliotecas. Um bom exemplo deste tipo de estudos, foi o trabalho desenvolvido pelo grupo de pesquisas de bibliotecas e informação LIRG/SCONUL¹², e no qual nos vamos debruçar na segunda parte do nosso estudo.

a fourth definition of value focuses on library impact on users. It asks, "What is the library trying to achieve? How can librarians tell if they have made a difference?" In universities, colleges, and community colleges, libraries impact learning, teaching, research, and service. A main method for measuring impact is to "observe what the [users] are actually doing and what they are producing as a result". (Association of College and Research Libraries, 2010, p. 21)

Os estudos de impacto possibilitam a recolha de informação de modo a beneficiar futuramente os serviços e os utilizadores. A avaliação do impacto é uma ferramenta poderosa para provocar mudanças, e apoia as bibliotecas na tomada de decisões.

the term impact evaluation is reserved to describe systematic causation or attribution studies (using a rigorous approach to collecting evidence that shows whether and how an intervention is directly responsible for particular changes or benefits). Causation studies seek to answer such questions as: "How much better off are beneficiaries as a result of the intervention? (Streatfield e Markless, 2009, p. 135)

A avaliação de desempenho das bibliotecas, a identificação de indicadores e a necessidade de demonstrar o valor das bibliotecas, vão continuar a ser o mote para pesquisas futuras dos investigadores. No entanto, a avaliação do impacto nem sempre é uma temática de fácil entendimento.

¹¹ Tenopir, C. (2012). Beyond usage: measuring library outcomes and value. 33(1/2), 5-13.

¹² Library and Information Research Group e Society of College, National and University Libraries

4.3 CONTRIBUIÇÕES PARA O ESTUDO

Vários estudos têm sido desenvolvidos no sentido de analisar a relação entre o uso das bibliotecas e o desempenho acadêmico dos alunos. Prichard, cit. por Alhardi e Middleton (2012) estudou a relação entre a qualidade dos serviços da biblioteca e os resultados acadêmicos dos alunos. Walters cit. por Alhardi e Middleton (2012) argumenta que, apesar de os métodos de avaliação das bibliotecas conseguirem medir a percepção da qualidade pelos alunos, não fazem uma ligação ao desempenho acadêmico.

Na sua pesquisa sobre esta temática, Ying Zhong e Johanna Alexander, mencionaram existir uma forte ligação entre o sucesso acadêmico e os recursos e programas das bibliotecas. Segundo os autores, os alunos com melhores notas indicam o contributo do serviço de apoio e referência para o sucesso acadêmico (Bell, 2008).

Segundo Brown (2011) documentar o impacto das bibliotecas no sucesso acadêmico dos alunos, ou até mesmo no seu bem-estar, é uma poderosa expressão de valor. No entanto, continua a ser uma questão bastante difícil, visto serem bastantes as variáveis que podem afetar o desempenho acadêmico. Neste contexto, descrevemos algumas contribuições para este trabalho, no quadro seguinte:

Pesquisas	Propósito do estudo	Contribuições
Emmons e Wilkinson 2011	<p>Este estudo teve como propósito explorar a relação entre os tradicionais inputs e outputs e o sucesso e graduação dos alunos, através de uma análise estatística e da correlação entre variáveis.</p> <p>As questões levantadas foram:</p> <p>Que impacto tem a biblioteca académica no sucesso académico dos alunos? Que impacto tem na média das notas?</p>	<p>Os resultados do estudo mostraram uma relação entre o rácio dos profissionais das bibliotecas e o sucesso e graduação dos alunos. Segundo os autores, é provável que um número maior de profissionais de informação tenha impacto no sucesso dos alunos, no sentido que, contribuem para: i) manter as coleções que apoiam os alunos nas suas atividades, ii) apoiar os alunos na aquisição de conhecimentos e de competências em literacias da Informação, iii) ensinar os alunos a usar eficazmente as coleções e iv) disponibilizar serviços que estimulem os alunos intelectualmente. No entanto, os autores interrogam-se sobre a relação entre o número de profissionais de informação e o impacto no sucesso dos alunos. Neste sentido, apontam para o facto que numa biblioteca com um número maior de colaboradores, o mais provável é que estes interajam mais com toda a comunidade, contribuindo assim para a adaptação e sucesso académico dos alunos.</p>
Han, Wong e Webb 2011	<p>O estudo teve como objetivo mostrar empiricamente que o uso da biblioteca contribui positivamente para o desempenho académico dos alunos. Os autores pretenderam mostrar através da análise estatística, que o uso dos materiais da biblioteca, nomeadamente o empréstimo de livros, contribui positivamente para a média académica dos alunos.</p>	<p>Segundo os resultados obtidos através da análise estatística e da correlação de Pearson's, quanto maior for o uso de livros e materiais da biblioteca, maior é a média obtida pelos alunos "<i>We proved that these two factors are positively correlated for all or most departments oh these five faculty/Schools. (...)First, this study can serve as strong evidence to show the university administration that the library plays an important role in student learning and their academic success (...).</i>" (p. 368)</p>

Quadro 7. Estudos sobre o impacto das bibliotecas no desempenho académico dos alunos (sistematização própria).

Pesquisas	Propósito do estudo	Contribuição
Alharbi e Middleton 2012	Este estudo teve por objetivo analisar a percepção dos utilizadores no que respeita ao uso da biblioteca, relativamente a fatores capazes de influenciar o desempenho académico. Foram considerados cinco fatores como os serviços online, as coleções, o equipamento, o espaço da biblioteca e os serviços. Como método de recolha dos dados foi utilizado um questionário dirigido a alunos, docentes/investigadores e administrativos. A segunda fase do estudo consistiu na realização de entrevistas semiestruturadas aos três grupos, para perceber o impacto do uso das bibliotecas.	<u>A principal contribuição deste estudo é o de apresentar uma nova ferramenta para avaliação denominada FALU (<i>Factors of Academic Library Usage</i>).</u> Relativamente aos resultados, verificou-se uma baixa correlação entre o uso da biblioteca e o desempenho académico.
Jackson e Hahn 2011	Estudo empírico que teve por objetivo avaliar a biblioteca como um espaço que contribui para a integração dos alunos na vida académica. <i>"the academic library is to the university as the church is to God"</i> – este foi o mote para a investigação empírica levada a cabo pelos autores. O método utilizado para recolha dos dados foi a entrevista.	Os resultados mostraram a preferência dos alunos por bibliotecas mais tradicionais, isto porque, na sua percepção, estas refletem melhor a vida académica.

Quadro 7. Estudos sobre o impacto das bibliotecas (continuação).

Pesquisas	Propósito do estudo	Contribuição
Nagata, Toda, e Kytömäki (n.d)	<p>O estudo levado a cabo pelos autores teve por objetivo analisar o uso da biblioteca, e tentar perceber que resultados foram alcançados pelos alunos, tendo em conta os padrões de utilização.</p> <p>Foram realizadas três entrevistas focus groups e três inquéritos como forma de recolha dos dados, entre 2004 a 2006.</p>	<p>Entre os resultados obtidos, é de destacar que através do focus groups, os autores perceberam que para alguns alunos, a biblioteca é um local indispensável para estudar. Para outros, o espaço é utilizado para descansar e estar com os colegas. Relativamente aos recursos, alguns alunos utilizam-nos como suporte às aulas, no entanto, outros, utilizam os recursos por motivos pessoais. Constataram que há um grupo que só utiliza a biblioteca para usar os computadores. Neste sentido, os resultados serviram para clarificar as razões ou motivações que levam os alunos a usar a biblioteca, sendo que uma delas, é que estudar na biblioteca apela ao estudo, à concentração e promove hábitos de aprendizagem.</p> <p>Relativamente aos recursos de informação e materiais, os resultados mostraram que a biblioteca necessita de promover melhor a sua utilização, no sentido que, é o tipo de utilização que mais se aproxima dos resultados que refletem o desempenho académico.</p> <p>O questionário serviu também para conhecer as características dos alunos, a frequência de utilização da biblioteca, tipos de utilização e resultados alcançados com a utilização. No entanto, neste estudo, a avaliação dos resultados prende-se com a autoavaliação dos alunos e não com a avaliação dada pelos professores.</p>

Quadro 7. Estudos sobre o impacto das bibliotecas (continuação).

II PARTE – ESTUDO DE CASO DA UA

CAPÍTULO 5 – METODOLOGIA DA INVESTIGAÇÃO

Este capítulo é dedicado à apresentação do estudo e da metodologia de investigação utilizada na prossecução do mesmo, de modo a conhecer e refletir sobre o valor das bibliotecas do ensino superior. Descrevemos o propósito do estudo e a especificação do problema, as questões orientadoras da investigação, bem como as hipóteses levantadas.

Contextualizado e apresentado o objeto do estudo, foi necessário definir os procedimentos metodológicos a utilizar, nomeadamente as técnicas e instrumentos de recolha dos dados e sua descrição, bem como a seleção da população e amostra.

5.1 CONTEXTO INSTITUCIONAL: A UNIVERSIDADE DE AVEIRO

A Universidade de Aveiro (UA) é uma instituição pública de direito privado que tem como missão a intervenção e desenvolvimento da formação graduada e pós-graduada, a investigação e a cooperação com a sociedade. Criada em 1973, rapidamente se transformou numa das mais dinâmicas e inovadoras universidades do país. No decurso do seu crescimento, a Universidade fê-lo sempre de forma a proporcionar a estudantes e docentes espaços de trabalho, infraestruturas científicas e condições de ensino de grande qualidade.

No ano da celebração do seu 25.º aniversário, a UA inicia uma nova fase, ao avançar para a integração do Ensino Politécnico no projeto de formação inicial. A criação da Escola Superior de Tecnologia e Gestão de Águeda, em 1997, a integração do Instituto de Contabilidade e Administração de Aveiro, em 1999, a implementação da Escola Superior de Saúde, em 2000, e a implantação de uma escola politécnica na zona norte do distrito, a Escola Superior Aveiro-Norte, concretizam este projeto.¹³

A Missão da Universidade de Aveiro é a de criar conhecimento, expandir o acesso ao saber em benefício das pessoas e da sociedade, através da investigação, do ensino e da cooperação; assumir um projeto de formação global do indivíduo; ser ator na construção de um espaço

¹³ Informação retirada da página Web da Universidade de Aveiro

européu de investigação e educação, e de um modelo de desenvolvimento regional assente na inovação e no conhecimento científico e tecnológico¹⁴(UA, 2013).

5.1.1 AS BIBLIOTECAS DA UNIVERSIDADE DE AVEIRO

Os Serviços de Documentação da Universidade de Aveiro nasceram com a criação da primeira biblioteca da UA em 1974. Nos primeiros anos a sua pequena dimensão era equivalente à da própria Universidade, contando, além do Diretor de Serviços – Dr. Adelino Amálio de Almeida Calado – com apenas um técnico superior, um técnico auxiliar e um encarregado de biblioteca. Ocupava apenas duas salas, sendo que a sala de leitura tinha apenas 23 estantes e 33 lugares sentados.

Em 1976 a opção pelo "modelo" anglo-saxónico que reunia os vários departamentos universitários num espaço físico bem delimitado e descentrado em relação ao tecido urbano da cidade deslocou a Universidade para o *campus* de Santiago, tendo a Biblioteca sido transferida para o Pavilhão I onde se manteve durante quase duas décadas, até ao final do ano letivo de 1994/95.

O aumento do número de alunos e docentes e a diversificação dos cursos ministrados levou não só à necessidade de informatização (em 1988 a Biblioteca passou a cooperar com a PORBASE - Base nacional de Dados Bibliográficos e em 1995 adotou o sistema de gestão de bibliotecas ALEPH) mas também à necessidade de novos espaços para acompanhar as necessidades dos utilizadores e o rápido crescimento do fundo bibliográfico. Com a criação do CIFOP procedeu-se igualmente à criação de uma Biblioteca e Mediateca próprias e em 1986 foi lançado o concurso público para a construção do edifício da Biblioteca central que viria a ser inaugurado no dia 3 de Junho de 1995, tendo o projeto sido elaborado pelo arquiteto Álvaro Siza Vieira.

Na década seguinte os SDUA viriam a constituir um Centro de Recursos em Conhecimento (CRC) na Escola Superior Aveiro-Norte, em Oliveira de Azeméis; uma Biblioteca na Escola Superior de Tecnologia e Gestão de Águeda. Em 2000 o Instituto Superior de Contabilidade e Administração de Aveiro (ISCA) passou a ser uma das unidades orgânicas UA, passando a haver uma colaboração estreita entre a rede de bibliotecas já existentes na UA e a Biblioteca do ISCA, embora esta última tivesse autonomia (uma vez que o ISCA-UA detinha autonomia financeira e administrativa em relação à UA). Em 2009, no âmbito da aplicação na Universidade de Aveiro do *Regime Jurídico das Instituições de Ensino Superior* (RJIES), os SDUA sofreram uma importante reestruturação, passando a abranger a Biblioteca do ISCA, o Arquivo da UA e o Núcleo Museológico, passando a

¹⁴ Informação retirada da página Web da Universidade de Aveiro: <http://www.ua.pt/PageText.aspx?id=151>

designar-se por Serviços de Biblioteca, Informação Documental e Museologia (SBIDM). A missão atual dos SBIDM é, pois:

adquirir, tratar, tornar acessíveis e disseminar os recursos de informação, mas também enriquecer, conservar e preservar as coleções bibliográficas que integram o conjunto da Rede de Bibliotecas da UA, o arquivo institucional e as coleções museológicas, contribuindo para facilitar a descoberta, a troca de ideias, criação, preservação e partilha do conhecimento com vista ao desenvolvimento do ensino e aprendizagem da investigação, da formação profissional e social da comunidade académica, bem como para um melhor conhecimento e promoção da instituição.¹⁵

5.1.2 A BIBLIOTECA DO INSTITUTO SUPERIOR DE CONTABILIDADE E ADMINISTRAÇÃO

O Instituto Superior de Contabilidade e Administração da Universidade de Aveiro teve a sua origem no ano letivo de 1965/66, com a criação da Escola Média de Comércio de Aveiro, escola particular destinada a formar contabilistas. Os alunos deslocavam-se ao Porto, ao Instituto Comercial do Porto para fazer os exames. No ano letivo de 1970/71, o Dec. Lei n. 440/71, autoriza a criação da seção de Aveiro e sua integração no ensino oficial. Em 1973 nasce o Instituto Comercial de Aveiro, com a autonomização da seção de Aveiro face ao Instituto Comercial do porto. (...) Em 1976, passa a ensino superior com a designação de Instituto Superior de Contabilidade e Administração de Aveiro, nome que vigorou até à sua integração na Universidade de Aveiro, em 1 de janeiro de 2000, pelo Dec. Lei 530/99. É a partir desta data uma unidade orgânica da UA e passa a ter a presente designação (ISCA-UA, 2013).¹⁶

A biblioteca do ISCA-UA passou em 2009, a fazer parte da rede das bibliotecas da Universidade e tem por missão promover um espaço organizador de recursos e serviços adequados à aprendizagem e investigação do ISCA-UA e de toda a comunidade da Universidade.

¹⁵ Informação retirada da página Web dos SBIDM: <http://www.ua.pt/sbidm>

¹⁶ Informação retirada da página Web do Instituto Superior de Contabilidade e Administração da Universidade de Aveiro: <http://www.isca.ua.pt>

5.2 PROPÓSITO DO ESTUDO, OBJETIVOS E DESENHO DA INVESTIGAÇÃO

Tendencialmente as bibliotecas abordam a questão do valor e do impacto, numa perspetiva centrada no bibliotecário, isto é, recolhem-se dados relativos ao número de alunos que frequentam as sessões de formação, ao número de alunos que solicitam os serviços. No entanto, fica por conhecer a perspetiva do aluno relativamente ao impacto das bibliotecas. Neste contexto, o presente trabalho tem como objetivo principal refletir sobre o *valor das bibliotecas do ensino superior*, especificamente, ambiciona *avaliar o impacto do serviço de apoio e referência da biblioteca do ISCA-UA*, na aprendizagem e desempenho académico dos alunos.

Como objetivos secundários pretende conhecer o comportamento de utilização das bibliotecas da UA por parte dos alunos do ISCA-UA e conhecer a sua opinião no que respeita à importância e utilidade dos serviços e recursos de informação para um melhor desempenho académico. Por outro lado, o estudo visa obter informação sobre situações críticas e necessidades, informação essa, que faculte às bibliotecas da UA e em especial a biblioteca do ISCA-UA, a definição de linhas estratégicas, no sentido de adequar serviços e produtos às necessidades dos utilizadores.

A questão principal que guia esta investigação foi assim formulada:

Qual o impacto das bibliotecas do ensino superior na aprendizagem e desempenho académico dos alunos?

Para melhor operacionalizar a investigação definimos algumas questões de pesquisa de modo a orientar o estudo, tais como:

- a) Qual é o valor da biblioteca enquanto espaço físico?
- b) Qual é o valor dos serviços e recursos das bibliotecas para os alunos?
- c) Os profissionais de informação podem fazer a diferença no processo de aprendizagem do aluno?
- d) Quais os benefícios percebidos pelos alunos, como resultado da interação com as bibliotecas?

No âmbito de uma pesquisa e de acordo com Oliveira (2012) deve existir uma ligação entre as fases do processo de decisão (a análise do problema ou oportunidade que resultam na necessidade de levar a cabo a pesquisa) e as etapas do desenho do estudo (figura 3).

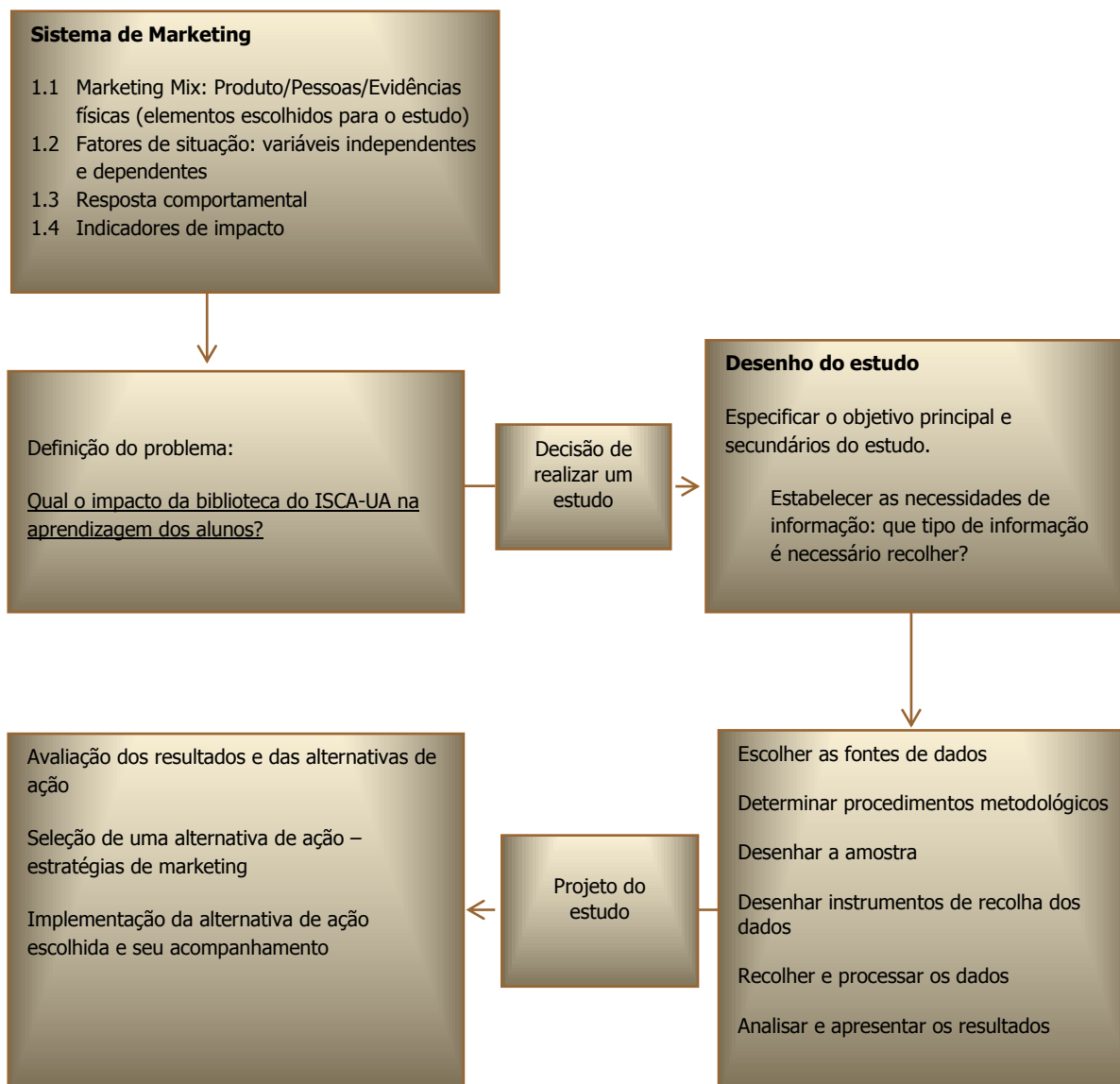


Figura 3. Desenho do estudo de investigação. Adaptado de Oliveira, 2012, p. 65.

Para conhecer o valor das bibliotecas do ensino superior é necessário perceber se os serviços e recursos de informação, efetivamente têm impacto no seu público e, para isso há que recorrer a técnicas utilizadas pelo marketing. Por outro lado, promover melhorias e atender às necessidades dos alunos, docentes e investigadores, são posturas que as bibliotecas do ensino superior têm que ter em atenção à qualidade, de modo, a criar um diferencial que surpreenda os utilizadores no momento da entrega do serviço. De acordo com Leisner, citado por Kavulya (2004b, p. 119) *"the basis for library marketing is the need first, to enhance the quality of services and, second, to improve the perceived value of the services (...)".*

A decisão de realizar este estudo prende-se com o facto de desconhecermos o impacto da biblioteca do ISCA-UA, na aprendizagem e desempenho académico dos alunos. Segundo Tenopir (2012) se a biblioteca é usada é porque tem valor para o utilizador, é porque este percebe os

benefícios provenientes da sua utilização. Neste sentido, importa conhecer os efeitos ou resultados da utilização das bibliotecas, de modo, a perceber o seu impacto no desempenho académico dos alunos.

5.3 METODOLOGIA DO ESTUDO

Especificado o problema de partida, cabe ao investigador refletir sobre a metodologia adequada à investigação. Se por um lado, os estudos quantitativos são úteis para medir ou quantificar fenómenos, por outro lado, os estudos qualitativos, visam avaliar as experiências diretas dos sujeitos. Segundo Serrano, cit. por Craveiro (2007) "a natureza, a temática e o dinamismo de uma investigação pode exigir uma opção mais definida por uma das abordagens e isso não significa uma ruptura com a outra" (p. 203).

A investigação qualitativa privilegia na sua essência, a compreensão dos problemas a partir da perspetiva dos sujeitos da investigação (Craveiro, 2007). Segundo Bogdan e Biklen, cit. por Craveiro (2007, p.203) "há sempre uma tentativa de capturar e compreender, com pormenor, as perspetivas e os pontos de vista dos indivíduos sobre determinado assunto". Também segundo Durrance and Fisher (2003, p. 317) "*The use of qualitative approaches allows the researcher the flexibility to look closely to describe and explain*". Para Lincoln, cit. por Durrance and Fisher (2003, p. 317) a abordagem qualitativa "*illuminate aspects of libraries, library services, and library users' perspectives in ways we have not had access to in previous research*".

Dentro da modalidade dos planos qualitativos, o **estudo de caso** pareceu ser a abordagem metodológica que melhor se adequa a este estudo. Isto porque, "os estudos de caso correspondem, em síntese, a um modelo de análise intensiva de uma situação particular (caso) " (Pardal & Lopes, 2011, p. 33). Segundo Coutinho (2011) os planos qualitativos têm como característica o facto de o fenómeno investigado ser observado no seu contexto natural e de a investigação procurar compreender a realidade, mais do que a interpretar (p. 232). Ainda segundo Yin (1994) um estudo de caso é uma investigação de natureza empírica, que depende do trabalho de campo. Para este autor, os estudos de caso podem ser qualitativos ou quantitativos, "*the characteristics are therefore not attributes of two competing types of research. Instead, they are attributes of types of data* (2003, p. 33).

(...) um estudo de caso ultrapassa um mero contar de história, pode ser utilizado para testar hipóteses como, por exemplo, para testar a fiabilidade de teorias, de acordo com o conceito de Popper (Máttar Neto, 2002), pode ser estatístico quando traz um conjunto de dados quantitativamente colhidos e

relacionados, ou pode ainda, ser o relatório de uma pesquisa institucional, dentro de outras tantas possibilidades. (Vilelas, 2009, p. 144)

Os estudos de caso, segundo Yin (2003) podem ser exploratórios, descritivos, e explicativos: i) **exploratório** quando se conhece muito pouco da realidade em estudo; ii) **descritivo**, quando há uma descrição profunda e detalhada do fenómeno no seu contexto natural e iii) **explicativo**, quando se procura determinar relações de causa e efeito em situações reais. Um estudo de caso caracteriza-se ainda, por ser uma investigação bem definida, com um forte cunho descritivo, em que o investigador não pretende intervir sobre a situação mas dá-la a conhecer tal como ela surge (Ponte, 1994). Para Serrano (2004), cit. por Craveiro (2007) estudos de caso são uma investigação apropriada para estudos exploratórios e descritivos, em que o objetivo é descrever uma determinada situação ou explicar os resultados segundo uma teoria. Por outro lado, permitem analisar a situação real e fomentar a tomada de decisão. Ainda para Vilelas (2009) os estudos de caso são descrições complexas de uma determinada realidade, envolvem um grande conjunto de dados, os temas e hipóteses são importantes, mas são subordinados à compreensão do caso.

5.3.1 HIPÓTESES E VARIÁVEIS DO ESTUDO

“A hipótese de investigação é a resposta temporária, provisória, que o investigador propõe perante uma interrogação formulada a partir de um problema de investigação” (Vilelas, 2009, p. 92).

De acordo com Mattar (2007) o estudo de caso é um método de pesquisa exploratória e o seu objetivo, é o de gerar hipóteses e não verificá-las. No entanto, como as hipóteses podem sugerir diferentes observações da realidade, formulámos duas hipóteses, identificámos as variáveis e as suas relações. O que se enuncia através das hipóteses pode ou não ser comprovado pelos dados recolhidos, mas serve para organizar inicialmente o conjunto das tarefas da investigação (Vilelas, 2009). Neste âmbito identificámos duas hipóteses:

H₁ – Na perceção dos alunos a utilização dos serviços e recursos de informação das bibliotecas contribui positivamente para a aprendizagem e desempenho académico.

(Principais variáveis que suportam esta hipótese são: utilização dos serviços e recursos de informação e a perceção do aluno no que respeita ao seu desempenho académico)

H₂ – Na perceção dos alunos o espaço físico das bibliotecas promove um ambiente de estudo e aprendizagem, contribuindo positivamente para o desempenho académico.

(Principais variáveis que suportam esta hipótese são variáveis relacionadas com o espaço físico da biblioteca e a frequência de utilização das bibliotecas)

Variáveis são qualidades, propriedades ou características de objetos, pessoas ou situações que são estudadas numa investigação, e que pode assumir valores diferentes (Vilelas, 2009).

Tendo já algum conhecimento sobre o tema que está ser investigado, bem como os seus aspetos principais, há que definir os fatores mais importantes que nele intervêm, de modo a encontrar um conjunto de elementos interdependentes – **as variáveis**.

A biblioteca por si só não pode ser uma variável, mas os recursos de informação, os serviços, o espaço físico, as pessoas, (entre outras) já podem ser consideradas variáveis, ou seja, aquilo que pode influenciar na atitude, opinião e perceção dos sujeitos da investigação (Idem). As variáveis podem ser qualitativas, isto é, não assentam numa série numérica definida, as variáveis quantitativas representam medidas numéricas. No nosso estudo predominam as variáveis qualitativas ordinais e nominais (Idem).

Consideram-se variáveis dependentes, aquelas que dependem dos procedimentos de investigação. Toda a investigação tem por objetivo chegar à variável dependente, ou seja, aos resultados (Sousa, 2005). Se pensarmos nas qualidades e atributos das bibliotecas (variáveis independentes, controladas) e no seu contributo para a aprendizagem e desempenho académico dos alunos (variável dependente) percebemos que a variável dependente consiste na tentativa de medir os resultados das variáveis independentes. De acordo com Oliveira, J. V. (2012) as variáveis independentes representam as causas e as variáveis dependentes os efeitos. Neste sentido, as variáveis independentes são as que produzem alterações quer no **comportamento dos consumidores** quer nas **medidas de eficácia da empresa**.

Neste contexto, apresentamos no quadro seguinte as variáveis que intervêm no estudo. Identificámos por resposta comportamental (*), os efeitos e mudanças percebidas nos alunos, após a utilização da biblioteca, dos seus serviços e recursos (impacto). Os indicadores de impacto (**) vão permitir avaliar em que medida as mudanças ocorreram.

Variáveis independentes (fatores que podem contribuir para influenciar a variável dependente)		Variáveis dependentes (efeitos)	
Controladas Marketing Mix	Não controladas Fatores de situação	Resposta comportamental (critérios de sucesso) (*)	Indicadores de impacto (**)
Produto (serviços e recursos)	Sexo	Mudanças a nível Afetivo (atitudes, níveis de confiança, satisfação com o serviço)	Os alunos percebem os benefícios resultantes da utilização do serviço;
Pessoas (profissionais da informação e colaboradores das bibliotecas)	Idade	A nível Comportamental – as pessoas fazem as coisas de maneira diferente (independência nas tarefas, capacidade crítica)	Autonomia e maior confiança na utilização dos recursos eletrónicos/bases de dados;
	Área de estudos		Maior diversidade de fontes de informação citadas nas bibliografias;
Evidências físicas (espaço físico das bibliotecas)	Ciclo de estudos	Conhecimentos adquiridos	Os alunos aconselham o uso da biblioteca;
	Local geográfico da residência.	Competências adquiridas	Satisfação com o serviço

Quadro 8. Variáveis utilizadas no estudo. Adaptado de Oliveira, 2012, p. 39.

A biblioteca enquanto espaço físico não perdeu o seu valor, tendo-se verificado nos últimos anos, um aumento significativo de atividades a decorrer nas salas de leitura das bibliotecas. Por outro lado, temos que ter em conta que nas bibliotecas, a informação encontra-se armazenada em vários suportes, o que cria condições para a realização de trabalho em grupo e individual *"the library as a place has value as a construct and as a social good, but is primarily a place where the intellectual content they need for their work is made accessible and stored"* (Hiller, 2002, p. 19). Ainda neste contexto, a localização física da biblioteca é muito importante, uma vez que se relaciona diretamente com o tempo de deslocação dos alunos e com a acessibilidade por parte dos mesmos (Weingand, cit. por Silva, M. C. S., 2008). Por estes motivos, uma das variáveis em estudo prende-se com o espaço físico das bibliotecas. Como menciona Freeman cit. por Jackson and Hahn (2011, p. 431) *"The academic library as place holds a unique position on campus. No other building can so symbolically and physically represent the academic heart of an institution"*. Para Antell e Engell cit. pelo mesmo autor, o espaço físico das bibliotecas facilita a concentração nos estudantes mais jovens beneficiando-os em termos de progresso e desempenho académico.

Baker e Field, num estudo que levaram a cabo em 1999 perceberam que o comportamento dos profissionais de informação durante a prestação do serviço é um fator crítico para a perceção dos alunos sobre a biblioteca, e para o sucesso do serviço de referência (Jacoby e O'Brien, 2005). Neste contexto, os profissionais de informação devem estar cientes da sua importância na construção da imagem da biblioteca, uma vez que o contacto direto com os utilizadores lhe garante esse papel. Neste sentido, devem ser eficientes e agradáveis, de modo acrescentar valor aos serviços (Maculan, Cota, Rocha, e Duarte, 2011). O esforço de satisfazer as necessidades dos alunos responsabiliza os profissionais de informação relativamente à qualidade dos serviços. O propósito é o de valorizar o utilizador, de acordo com o objetivo central de uma política de marketing de serviços. Assim, relativamente à variável que representa o valor afetivo, (pessoas) o valor é *"perceived by customers (...) in their interactions with (...) service providers when consuming, making use of services, goods, information, personal contacts, recovery and other elements of ongoing relationships"* (Broady-Preston e Lobo, 2011a, p. 125).

5.3.2 INSTRUMENTOS DE RECOLHA DE DADOS

"Numa Investigação, designam-se por dados primários os dados produzidos pela e para a investigação que se conduz; designam-se por dados secundários os dados já existentes, publicados ou recolhidos anteriormente a essa investigação, para outros fins" (Oliveira, J. V., 2012, p. 51). As técnicas de recolha de dados são um instrumento de trabalho que confere viabilidade à pesquisa, com vista à verificação empírica, ou seja, a confrontação do corpo de hipóteses com a informação colhida na amostra (Pardal & Lopes, 2011).

Duas das características básicas de um estudo de caso, são segundo Coutinho (2011) o facto de a investigação decorrer num ambiente natural, e de o investigador recorrer a métodos de recolha de dados diversificados. Entre eles, contam-se as observações diretas e indiretas, entrevistas, questionários, diários, documentos, entre outros. *"Qualitative information is likely to be useful to you in gauging impact but you may have to supplement this evidence with less useful quantitative data (...)"* (Sconul Impact Initiative).

Dado que o estudo pretende avaliar o impacto dos serviços das bibliotecas, apoiámo-nos também, em técnicas de recolha da investigação quantitativa, como é o caso do inquérito por questionário. A conjugação das óticas quantitativas e qualitativas traduz-se na utilização respetivamente do inquérito por questionário e a entrevista semiestruturada.

A entrevista é uma técnica muito importante num estudo de caso, pois é uma forma de interação social, que permite recolher dados para uma investigação e que tem como vantagem o facto de

serem os próprios sujeitos a proporcionar dados sobre as suas opiniões, atitudes, desejos e expectativas (Vilelas, 2009). É também, uma forma de obter informação mais rica, principalmente quando a aplicação do estudo a grandes universos não é possível (Pardal e Lopes, 2011). O uso de abordagens qualitativas permite ao investigador uma maior flexibilidade para se aproximar da realidade e descrevê-la. Segundo Durrance and Fisher (2003, p. 317) este tipo de abordagem *"illuminate aspects of libraries, library services, and library users' perspectives (...)"*.

Os questionários são instrumentos que ajudam a obter dados sobre os sujeitos, relativamente às suas opiniões, atitudes e conhecimentos e devem ser organizados por temáticas. Têm como finalidade, obter de maneira ordenada, informação sobre a população que se pretende conhecer e sobre as variáveis que são objeto de estudo (Vilelas, 2009).

Numa primeira fase recolhemos as evidências a nível quantitativo, de modo a conhecer primeiro o comportamento de utilização das bibliotecas, a opinião e perceção dos alunos relativamente à importância e utilidade dos serviços e recursos de informação. Numa segunda fase, procedemos à recolha dos dados qualitativos, através da aplicação de entrevistas aos alunos de mestrado do Instituto, para avaliar o impacto do serviço na aprendizagem. Os dados vão possibilitar compreender melhor a realidade, quando analisados em conjunto. A combinação dos resultados do questionário e da entrevista é considerado um exemplo no que respeita à articulação entre os dois tipos de pesquisa: quantitativa e qualitativa e como tal, permite obter sobre o problema em estudo um conhecimento mais alargado, de maneira a validar mutuamente os resultados das duas abordagens (Pardal e Lopes, 2011).

5.3.3 O PROCESSO DE RECOLHA DA INFORMAÇÃO

De acordo com Lindon (2008) recolher informação sobre os consumidores, depende do problema a resolver. Por outro lado, identificar a informação necessária para preparar decisões, não é uma tarefa fácil. Assim, no contexto do presente estudo e quanto à classificação do tipo de informação e de dados de comportamento, importa conhecer: i) dados pessoais e de comportamento; ii) atitudes, opiniões e perceções; iii) o comportamento de utilização das bibliotecas e iv) o comportamento na procura de informação (quadro 9).

Classificação do tipo de informação		Dados de comportamento (*)	
Dados pessoais e de comportamento (*)	Atitudes, opiniões e percepções	Comportamento de utilização da biblioteca (a)	Comportamento na procura da informação (b)
Idade, sexo, área de estudos, ciclo de estudos, localização geográfica da residência.	Opinião sobre a importância e utilidade dos serviços e recursos.	Quem utiliza: alunos de licenciatura/alunos de mestrado	Quais os hábitos de pesquisa bibliográfica?
Comportamento de Utilização da biblioteca (a).	Satisfação em relação ao espaço físico, aos serviços e ao atendimento prestado pelos profissionais de informação e colaboradores das bibliotecas.	Frequência de utilização: atividades relacionadas com a aprendizagem e frequência de utilização das bibliotecas.	Quais as fontes de informação utilizadas?
Comportamento na procura da informação (b).		Que recursos, produtos e serviços utilizam? Para que utilizam?	Relação com os colaboradores das bibliotecas.

Quadro 9. Classificação do tipo de informação procurada em pesquisas de marketing. Adaptado de Mattar, 2007. Recolha de informação sobre os dados de comportamento dos utilizadores. Adaptado de Lindon et al. 2008.

É importante conhecer as atitudes dos alunos face à oferta dos serviços, produtos e recursos, tendo em conta o seu conhecimento e opiniões. As atitudes podem ter um carácter percetivo (conhecimento da existência dos serviços) ou avaliativo (julgamentos e apreciações) (Lindon et al., 2008). Conhecer o comportamento de utilização das bibliotecas é muito importante, no sentido que, ajuda a detetar situações críticas e oportunidades. Neste contexto, a informação pode ajudar a: i) prever comportamentos de utilização; ii) prever aceitação ou rejeição de serviços e produtos; iii) tomar medidas para procurar mudar atitudes; iv) avaliar novos produtos e serviços e ainda, iv) avaliar campanhas de promoção (Mattar, 2007).

5.4 APLICAÇÃO DO ESTUDO: O QUESTIONÁRIO

Um questionário é um conjunto estruturado de questões, destinado a explorar a opinião das pessoas a que se dirige (Vilelas, 2009). Segundo o autor, há que ter em conta determinados aspetos como:

- A definição dos objetivos.
- A identificação do universo, isto é, é necessário conhecer o número total dos indivíduos do universo cuja opinião se deseja conhecer e a sua distribuição por categorias.
- Construção da amostra, considerado o universo uma extensão grande a ser estudada, é necessário selecionar uma amostra representativa, uma parcela que possa representar o melhor possível o universo.
- Elaboração do esboço do questionário.
- Realização do pré-teste, com o objetivo de perceber se os inquiridos compreendem as questões ou se é necessário adequá-las aos objetivos determinados.

O questionário (anexo 1) foi elaborado com o objetivo de obter informação sobre: i) o comportamento de utilização das bibliotecas pelos alunos, e ii) a opinião dos alunos sobre a importância e utilidade das bibliotecas para a aprendizagem. Para Kuh e Gonyea, (2003) demonstrar o valor passa também por avaliar a experiência dos alunos com a biblioteca. É importante obter informação sobre o valor que corresponde ao uso dos serviços e recursos, pois está implícito que se são usados é porque têm valor para o utilizador (Tenopir, 2012).

A população corresponde ao conjunto de todos os indivíduos nos quais se deseja investigar algumas propriedades, que têm características comuns e que se encontram num espaço conhecido. No entanto, pelo facto da população ser composta por um elevado número de pessoas, extraímos uma parcela, uma parte do todo. Assim, na impossibilidade de estudar o universo (população) composto pelos alunos de todos os departamentos e escolas da Universidade de Aveiro – seleccionámos para a nossa amostra os alunos do Instituto de Contabilidade e Administração da Universidade de Aveiro (tabela 1). Para o efeito, utilizámos uma amostragem por clusters, ou seja, por grupos. Neste tipo de amostragem, cada grupo deve representar uma parcela da população que se pretende estudar. Neste sentido, a unidade de amostragem são todos os *clusters* existentes (todas as escolas e departamentos da UA), tendo sido selecionado para o estudo um grupo (ISCA-UA).

este tipo de amostragem é utilizado quando a variabilidade existente se verifica essencialmente entre os elementos dentro de um grupo (*cluster*) e quando existe pouca variabilidade entre os grupos (*clusters*)

existentes. Cada *cluster* deve ser uma representação em pequena escala da população que se quer estudar. (Antunes, 2012, para. 2)

	Número de alunos
Cet em Banca e Seguros	34
Cet em Organização e planificação do trabalho	26
Cet em Técnicas de Gestão de Turismo	32
Curso de Especialização em Finanças	25
Licenciatura em Contabilidade - 1º ciclo	355
Licenciatura em Contabilidade (Ensino à Distância) – 1º ciclo	32
Licenciatura em Contabilidade (Noturno) – 1º ciclo	158
Licenciatura em Finanças – 1º ciclo	117
Licenciatura em Finanças (noturno) – 1º ciclo	61
Licenciatura em Marketing – 1º ciclo	101
Licenciatura em Marketing (noturno) – 1º ciclo	95
Mestrado em Contabilidade – 2º ciclo	168
Mestrado em Contabilidade e Administração Pública – 2º ciclo	20
Mestrado em Marketing – 2º ciclo	63
TOTAL	1287

Tabela 1. Número de alunos por curso no ano letivo de 2011/2012

O questionário foi estruturado tendo em conta três dimensões: i) Controlo da informação (serviços e recursos de informação); ii) o valor afetivo (pessoas) e iii) o espaço físico das bibliotecas (evidências físicas). Composto por um total de 37 questões fechadas e 2 abertas, está dividido em quatro seções:

1ª Seção – Grupo que se destina a identificar as características externas dos alunos.

2ª Seção - Grupo que foca as questões que se prendem com o comportamento e frequência de utilização das bibliotecas da UA.

3ª Seção – Grupo que têm por finalidade conhecer a opinião e perceção dos alunos relativamente à importância e utilidade dos serviços e recursos de informação das bibliotecas para a aprendizagem e desempenho académico.

4ª Seção – Grupo que visa conhecer o nível de satisfação dos alunos em relação às dimensões em estudo. Para Kuh e Gonyea (2003) a satisfação dos alunos, é um indicador importante para medir

a qualidade da escola, segundo os autores, o que se pretende é que a experiência com a biblioteca contribua para a satisfação com a instituição.

As questões que permitem ampla liberdade ao inquirido são designadas por questões abertas (Pardal e Lopes, 2011). Neste sentido, foram colocadas duas questões abertas com o objetivo de conhecer a experiência dos alunos com os profissionais de informação e colaboradores das bibliotecas, bem como a sua expectativa quanto ao espaço físico da biblioteca.

As escalas de atitudes e opiniões são segundo Pardal e Lopes (2011) um instrumento concebido para medir o grau de intensidade das atitudes e opiniões dos sujeitos, relativamente a um fenómeno. O questionário apresenta uma escala de Likert que segundo Fortin (1999), cit. por Vilelas (2009) consiste na apresentação de uma série de proposições. O inquirido deve em relação a cada uma delas, indicar uma das cinco posições. Para a categoria de respostas relativamente ao bloco da experiência determinámos o grau de utilização: nunca/ raramente/ às vezes/ quase sempre/ Sempre), e para a análise da opinião dos alunos o grau de importância/utilidade; sem utilidade/pouco útil/não sei/útil/muito útil).

O questionário (Anexo 1) foi enviado por correio eletrónico aos alunos durante o mês de maio de 2012 e obtivemos uma amostra de 100 respostas. Foi realizado um pré-teste que decorreu em abril.

5.5 AVALIAÇÃO DO IMPACTO DO SERVIÇO DE APOIO E REFERÊNCIA: AS ENTREVISTAS

O serviço de apoio e referência tem sido uma aposta da biblioteca do ISCA-UA, isto porque, a biblioteca deve ser o local por excelência onde os utilizadores possam encontrar a informação desejada. Os alunos, em particular, desconhecem grande parte do universo de fontes de informação existentes dentro e fora das bibliotecas. Neste contexto, o bibliotecário assume o papel de mediador entre o utilizador e a informação. O excesso de informação e a facilidade em aceder através da internet, trouxe como consequência a dificuldade em validar a informação, neste sentido, a presença do bibliotecário é fundamental para orientar os alunos no processo de investigação. Auxiliados pelo bibliotecário de referência, os alunos têm melhores condições para aproveitarem os recursos de informação disponíveis nas bibliotecas e maiores facilidades no seu desempenho académico.

Para avaliar o impacto do serviço baseámo-nos na iniciativa *"The LIRG/SCONUL impact initiative"*.¹⁷ Estas duas organizações desenvolveram uma metodologia para medir o impacto das bibliotecas (Sconul Impact Initiative). A iniciativa decorreu entre 2003 e 2005 e centrou-se na avaliação do impacto das bibliotecas na investigação, na aprendizagem e no ensino superior. A maioria dos projetos focou-se nos recursos eletrónicos e na área da literacia de informação: *"The Initiative has not sought to assess a library's overall impact. (...) Instead, a project based approach has been adopted. Individual institutions participating in the Initiative have been investigating their impact in relation to particular services or innovations"* (Poll e PAYNE, 2006, p. 9).

Todos os projetos desenvolvidos pela iniciativa procuraram seguir uma abordagem comum, tal como é apresentado na figura 4.

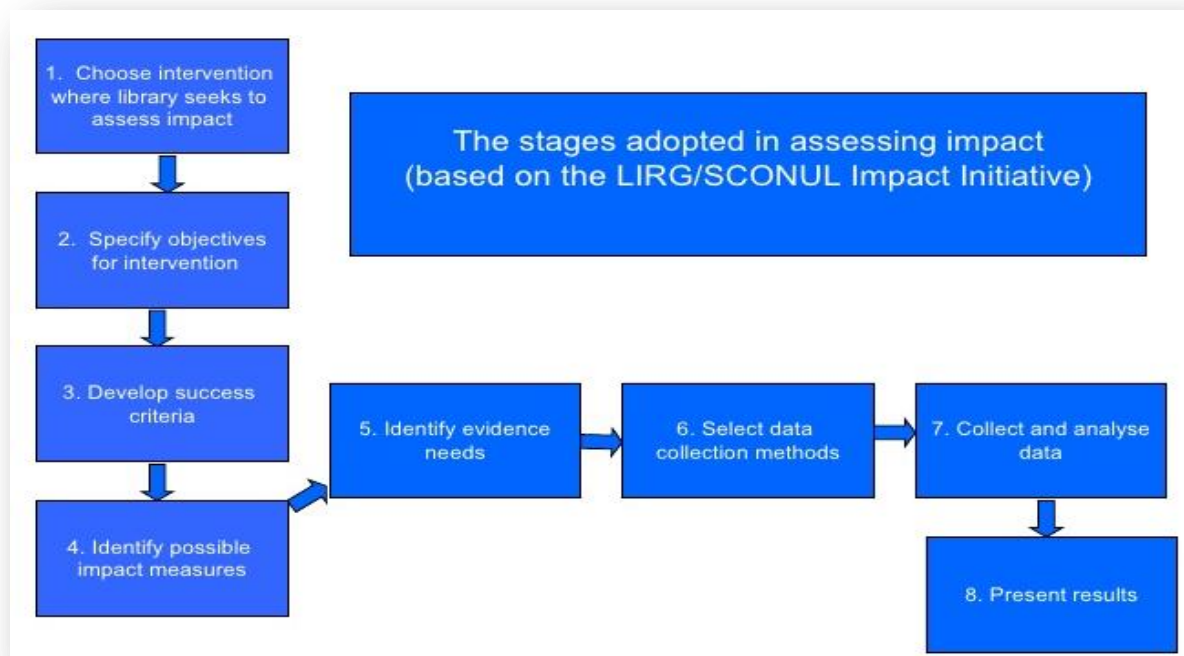


Figura 4. Estádios para avaliação do impacto das bibliotecas baseados na "LIRG/SCONUL Impact Initiative" Payne, Philip 2006, p. 6.

Num estudo efetuado por Bowles-Terry (2012) os alunos que participaram no focus groups referiram a importância da aprendizagem em literacias de informação, nomeadamente na aquisição de competências e ferramentas de pesquisa bibliográfica. De acordo com O'Brien (n.d) as bibliotecas devem focar-se em serviços onde possam obter o máximo impacto no desempenho académico dos alunos ou em áreas que sejam mais complicadas para estes. Neste sentido, o

¹⁷ Projeto desenvolvido em conjunto entre a "Library and Information Research Group (LIRG) e a "Society of College, National and University Libraries (SCONUL)" no Reino Unido.

serviço de apoio e referência da biblioteca do ISCA-UA, constituiu a área de intervenção deste estudo. Primeiro, porque se trata de um serviço muito solicitado pelos alunos de mestrado e em segundo, porque tem por objetivo dotar os alunos de competências em literacias de informação.

De acordo com as fases adotadas pela iniciativa (Figura 4), as bibliotecas devem começar por identificar objetivos para o serviço ou área a intervencionar. Segundo Cottrell (2011) há que identificar os objetivos da instituição e perceber de que forma a biblioteca pode contribuir e estar estrategicamente alinhada com os valores da Universidade. Para tal, deve recorrer a fontes secundárias: planos e objetivos estratégicos, documentos sobre a visão e valores da Instituição, relatórios e materiais de marketing, entre outros. Para o estudo, utilizámos como fonte secundária o Relatório de Atividades da Universidade de Aveiro para 2012 (UA);¹⁸

Neste contexto e de acordo com o OO₄ (Objetivo Operacional da Universidade de Aveiro, 2012) - "*Melhorar o acompanhamento académico dos alunos*" - a biblioteca do ISCA-UA, delineou para o serviço, os objetivos apresentados no quadro seguinte:

Objetivos gerais do serviço de apoio e referência

Apoiar e orientar o utilizador nas pesquisas bibliográficas e na utilização dos recursos de informação adequados às suas necessidades;

Promover sessões de formação para sensibilizar e orientar os utilizadores em relação aos recursos de informação disponíveis nas bibliotecas;

Assistir nas pesquisas bibliográficas e no desenvolvimento de estratégias de pesquisa e recuperação de informação.

Quadro 10. Objetivos do Serviço de Apoio e Referência da Biblioteca do ISCA-UA

Para avaliar o impacto do serviço, devem igualmente ser definidos critérios de sucesso, cuja função é identificar o tipo de alterações ou mudanças, que a biblioteca espera conseguir, de acordo com os objetivos estipulados para o serviço. De acordo com a iniciativa, as mudanças devem ocorrer a nível (Sconul Impact Initiative):

- **Afetivo** (atitudes, níveis de confiança, satisfação com o serviço)
- **Comportamental** (as pessoas fazem as coisas de maneira diferente, independência nas tarefas, capacidade crítica)
- **Conhecimentos adquiridos** (conhecimentos sobre as fontes de informação mais relevantes, conhecimentos sobre técnicas de pesquisa relativamente às diferentes bases de dados)

¹⁸Informação disponível na Página Web da Universidade em: <http://www.ua.pt/conselhogeral/PageText.aspx?id=15440>

- **Competências adquiridas** (as pessoas fazem as coisas de uma maneira mais efetiva e eficaz, técnicas de pesquisa, habilidade em procurar e localizar informação mais apropriada)

Por último, as bibliotecas devem identificar possíveis indicadores de impacto dos serviços, na medida que, estes constituem a informação ou os dados que indicam que as mudanças ocorreram. Neste contexto, apresentamos na figura seguinte os passos adotados pela biblioteca ISCA-UA para avaliar o impacto do serviço de apoio e referência. Para recolha dos dados e tendo em conta que o foco do estudo centra-se na avaliação do impacto, procedemos à realização de entrevistas aos alunos que solicitaram o serviço em 1012 (ANEXO 2).

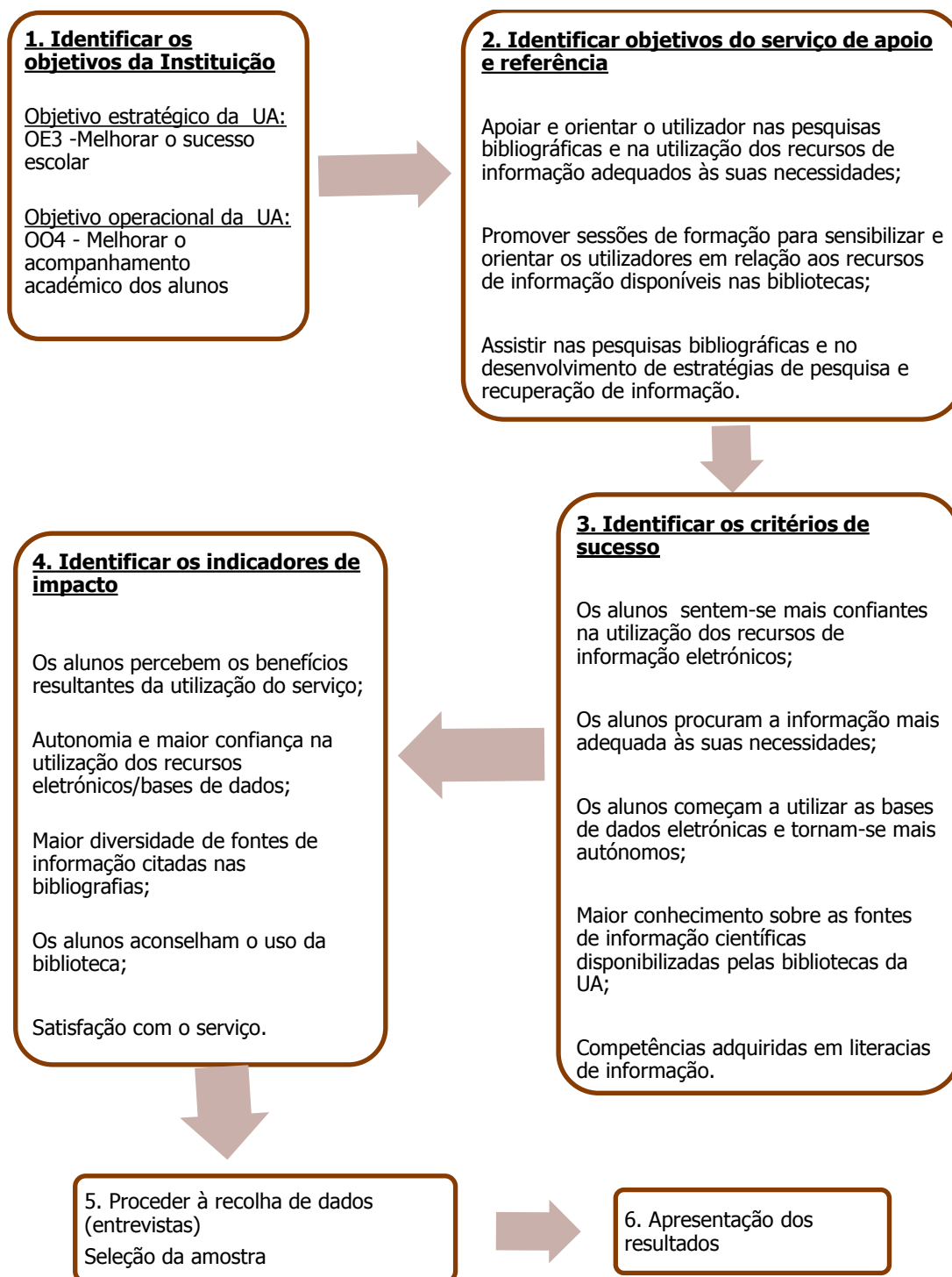


Figura 5. Avaliação do impacto do serviço de apoio e referência da biblioteca do ISCA-UA. Elaboração própria. Adaptado de "LIRG/SCONUL Impact Initiative" Payne, Philip 2006, p. 6.

5.5.1 SELEÇÃO DA AMOSTRA

" (...) A amostra escolhida é relevante para o quadro referencial e para as questões de pesquisa? O fenómeno no qual o investigador está interessado pode ser identificado na amostra?" (Miles e Huberman, cit. por Vilelas, 2009, p. 143)

Para a recolha dos dados, a amostra, sendo uma pequena representação do universo da investigação, quando bem construída pode substituir o universo em análise e muitas vezes, é o único meio de o conhecer com razoável segurança. A amostragem permite reter as características do universo, no entanto, a amostra não se caracteriza por representar uma réplica fiel do universo em estudo (Pardal e Lopes, 2011, p. 54). Segundo os autores há que considerar os seguintes procedimentos:

- Caracterizar claramente o universo;
- Definir o tamanho e tipo de amostra;
- Explicitar as técnicas de amostragem;
- Construir a amostra.

O universo corresponde aos alunos de mestrado que solicitaram o serviço em 2012, a maioria a frequentar o 2º ano¹⁹. Como não é possível inquirir todos, optámos por estudar uma pequena parcela. As amostras não probabilísticas ou empíricas são aquelas cuja seleção não depende de construções estatísticas, mas sim e essencialmente do juízo do investigador. Entre os diversos tipos de amostragem não probabilísticas, destaca-se a amostra intencional que quando bem construída, pressupõe que o investigador tenha sobre o universo algum conhecimento e que possa fornecer indícios importantes sobre o fenómeno em estudo (Pardal e Lopes, 2011, p. 63). Este tipo de amostras é segundo Vilelas (2009) muito útil, e emprega-se frequentemente em estudos qualitativos, que não visam a generalização dos resultados, mas sim a compreensão da realidade (Pardal e Lopes, 2011).

A amostra utilizada foi por conveniência, isto é, numa amostragem por conveniência, entrevistam-se os sujeitos a que se tem acesso imediato e direto e foi intencional por se considerar não ter sido uma escolha totalmente arbitrária, uma vez que seleccionámos apenas os alunos que solicitaram o serviço, mais que uma vez. A amostra por conveniência centra-se em indivíduos ou grupos portadores de atributos, que possam contribuir para o desenvolvimento de uma teoria ou hipótese (Pardal e Lopes, 2011).

¹⁹ Os alunos de licenciatura e os alunos do 1º ano de mestrado não solicitam ou solicitam pouco o serviço.

De acordo com Tenopir (2012) os métodos utilizados para medir o valor dos produtos e serviços das bibliotecas, são agrupados em três categorias: valor implícito, explícito e derivado. Os métodos usados para medir o valor explícito incluem instrumentos qualitativos como as **entrevistas** e permitem perceber de que forma a comunidade académica percebe o valor que esta relacionado com o uso dos serviços e produtos das bibliotecas, isto é, o valor equacionado aos efeitos ou resultados.

As entrevistas decorreram em fevereiro de 2013, os alunos foram convidados por correio eletrónico. Dos 26 alunos contatados, 17 aceitaram fazer a entrevista, sendo que uma foi respondida por escrito e devolvida por correio eletrónico, pelo facto de o aluno se encontrar na altura a viver fora do país.

Relativamente à estruturação existem dois tipos de entrevista, entrevista estruturada e não estruturada. No entanto, entre estes dois tipos, aparece uma variante, a entrevista semiestruturada, bastante utilizada na investigação social (Pardal e Lopes, 2011). Ainda segundo os autores, a entrevista semiestruturada, não é totalmente livre e aberta, o entrevistador possui um guião que serve de referência, embora as questões sejam suficientemente abertas. O guião da entrevista foi construído de modo a abordar as seguintes dimensões: i) o valor afetivo (pessoas); ii) o controlo da informação (serviços e recursos de informação); iii) o espaço físico das bibliotecas (evidências físicas); e iv) o valor explícito da biblioteca. A elaboração das questões teve como prioridade os entrevistados, de modo que pudessem ser lidas e entendidas. Os entrevistados foram informados sobre os objetivos do estudo e sobre o motivo pela qual foram escolhidos. O guião (anexo 2) foi dividido em três blocos – i) Foca a informação académica dos entrevistados; ii) Evidencia a relação dos alunos com a biblioteca em termos de comportamento de utilização; iii) Fixa-se no impacto e no valor do serviço.

CAPÍTULO 6 – APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS RESULTADOS

6.1 O TRATAMENTO ESTATÍSTICO DOS DADOS

O tratamento estatístico foi realizado com a ajuda do Programa de Estatística Informática para Análise de Dados em Ciências Sociais – “SPSS” – *Statistical Package for the Social Sciences*, versão 20. Em primeiro lugar, procedemos à análise descritiva das variáveis, isto é, procurámos descrever as variáveis independentes com base nas medidas de tendência central e dispersão.

- No que concerne à estatística descritiva e perante um conjunto de dados relativos a uma amostra, podemos organizá-los de duas formas distintas: através de *gráficos ou tabelas*, sendo os gráficos uma forma eficiente de apresentação dos dados em termos visuais e sempre que necessário poderão apresentar uma visão mais fácil e rápida das variáveis. As tabelas fornecem uma informação mais precisa e rigorosa dos dados. Para a análise determinámos que os gráficos de barras de *frequências relativas* eram os mais adequados.
- Relativamente às principais medidas de localização central utilizámos a *média*, que é o valor central em relação aos dados que constituem a amostra; a *mediana*, que divide a amostra ao meio; e a *moda*, que corresponde ao valor que ocorre em maior frequência. Sendo a base de dados proveniente de um inquérito online, o conjunto de dados são de natureza qualitativa e quantitativa, apresentando variáveis do tipo “ordinal” (categorias ordenadas) e “nominal” (categorias não ordenadas) e segundo Morgado (2000) a média deste tipo de variáveis pode ser interpretada do seguinte modo:

Média de avaliação	Significado da avaliação
Nível 1 – [1,0 a 2,5]	Claramente inadequado
Nível 2 – [2,6 a 3,5]	Indefinição avaliativa
Nível 3 – [3,8 a 5,0]	Claramente adequado

Tabela 2. Medidas de avaliação e seu significado. Adaptado de Morgado, 2000, p. 126.

- No que respeita às medidas de dispersão, recorreremos ao cálculo do desvio-padrão, com o objetivo de avaliar o grau de consenso entre os respondentes, utilizámos, mais uma vez, os critérios definidos por Morgado (2000). Esta é uma medida que permite avaliar o grau de dispersão em relação à média e quanto maior for o desvio, maior é a variabilidade de respostas entre os indivíduos (Pardal e Lopes, 2011).

Desvio padrão	Grau de consenso
[0-0,29]	Alta concordância
[0,30-0,59]	Moderada/alta concordância
[0,60-0,89]	Moderada/baixa concordância
>0,90	Baixa concordância

Tabela 3. Intervalos do desvio-padrão e seu significado. Adaptado de Morgado, 2000, p. 126.

Relativamente à análise inferencial entre as diferentes variáveis, utilizámos os seguintes procedimentos:

- Testes para verificação de pressupostos dos métodos – Teste de Normalidade também designado por teste de Kolmogorov-Smirnov^a, que verifica se os dados seguem ou não uma distribuição normal. Em virtude dos dados não apresentarem distribuição normal foram utilizados testes não paramétricos.
- Teste de Mann-whitney – é um teste não paramétrico que permite ao investigador comparar duas medianas, ou seja, determinar se existem diferenças significativas entre dois grupos.
- O teste de Kruskal-wallis - também é não paramétrico e aplica-se quando pretendemos comparar três ou mais distribuições de populações independentes, ou seja, quando se têm três ou mais grupos independentes; quando se pretende testar a igualdade de variâncias ou para testar a igualdade das distribuições dos grupos quando a variável do teste é qualitativa ordinal (Laureano, 2011).
- Tabelas de cruzamento de variáveis, normalmente designadas por tabelas de contingência, trata-se de um teste de associação – teste do Qui-Quadrado, utilizado para testar se duas variáveis estão associadas ou não e em que:

H_0 : as duas variáveis são independentes.

H_1 : as duas variáveis não são independentes.

- Na análise relacional entre variáveis utilizou-se o teste estatístico não paramétrico de correlação de Spearman (ρ). Esta técnica estatística utiliza-se para estabelecer uma correlação linear entre dois conjuntos de dados e aplica-se quando as duas variáveis são pelo menos ordinais (Laureano, 2011) e em que:

H_0 : as duas variáveis não estão correlacionadas.

H_1 : as duas variáveis estão correlacionadas.

- Como já é habitual nos estudos realizados no âmbito das ciências todos os testes de inferência estatística foram realizados para um $\alpha=0,05$ (erro tipo I), que constitui um nível de confiança de 95%.

Como o questionário contém um grande número de itens, optámos pela apresentação dos dados de acordo com cada uma das quatro seções em que está dividido e em função do tipo de informação que tínhamos por objetivo recolher. Neste contexto, os resultados do questionário foram agrupados da seguinte forma:

- a) Análise do grupo respeitante às perguntas de identificação – características externas do público-alvo;
- b) Análise do comportamento de utilização das bibliotecas: quem utiliza e o que utilizam.
- c) Análise da importância e utilidade atribuída à biblioteca em relação às dimensões em estudo: valor afetivo (Pessoas), o controlo da informação (serviços e recursos de Informação) e o espaço físico da biblioteca (evidências físicas).
- d) Análise da satisfação dos alunos.

6.2 APRESENTAÇÃO DOS RESULTADOS DO QUESTIONÁRIO

6.2.1 BLOCO 1. ANÁLISE DESCRITIVA DA AMOSTRA

A amostra do estudo é constituída por 100 alunos do Instituto Superior de Contabilidade e Administração da Universidade de Aveiro. Os alunos foram inquiridos sobre um conjunto de variáveis independentes, tais como, sexo, idade, situação académica, residência, frequência de utilização da biblioteca, entre outras. Para facilitar a apresentação dos dados recolhidos recorreremos à apresentação por tabelas e gráficos.

Relativamente à variável sexo, constatamos que a amostra é constituída por 66 elementos do sexo feminino (66%) e 34 do sexo masculino (34%). No que respeita à idade dos respondentes, verificámos uma representação maioritária de alunos que se situa na faixa etária (Gráfico 1(a)) entre os 20 e os 23 anos.

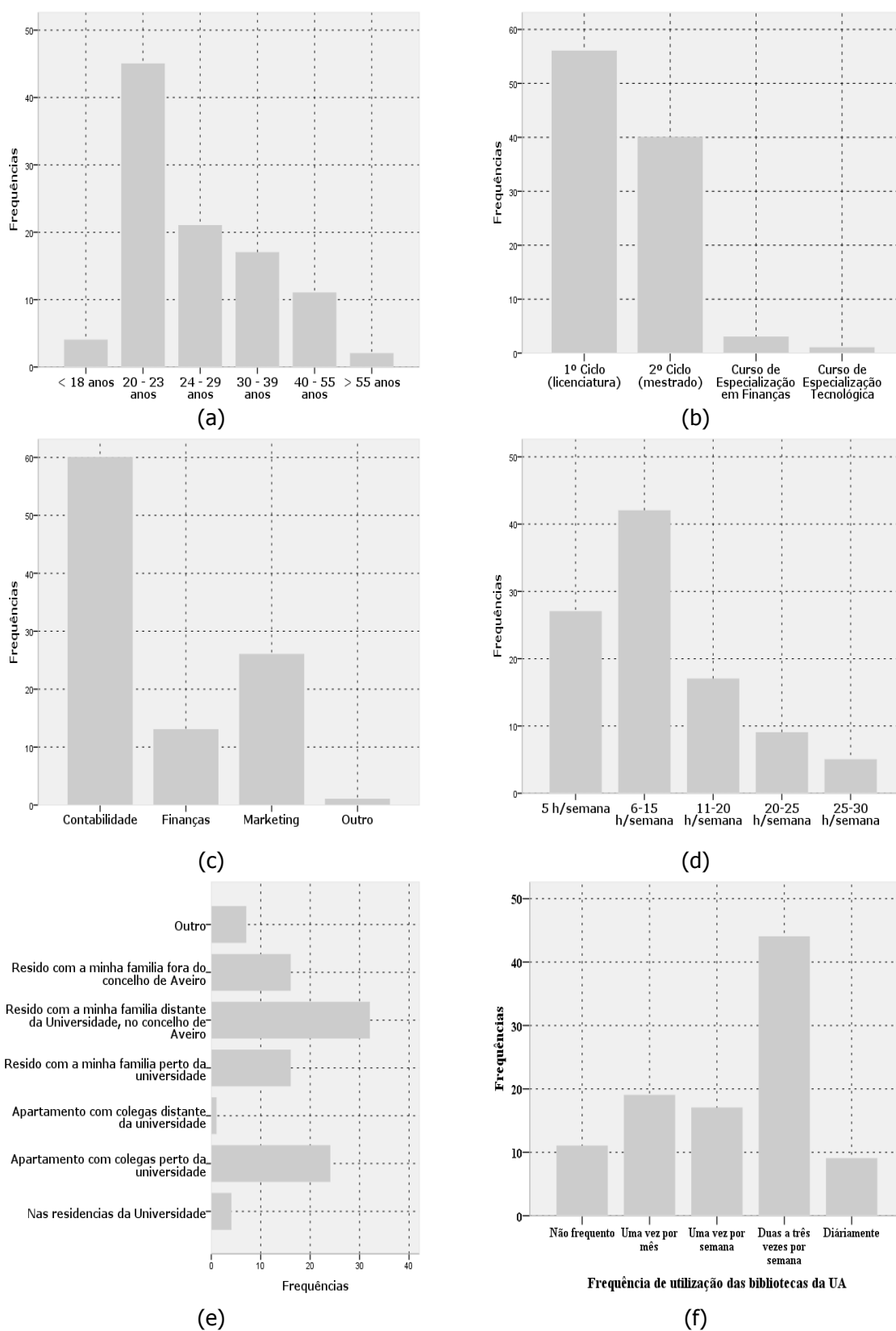


Gráfico 1. Análise de frequências das variáveis de caracterização da amostra.

No que respeita à situação académica dos alunos verificamos que a amostra é composta por 56 alunos de licenciatura (56%) e 40 alunos a frequentar o mestrado (40%), destacamos o facto de que, apenas um aluno do Curso de Especialização Tecnológica respondeu ao questionário (Gráfico 1 (b)). Este grupo foi identificado como sendo uma situação que deve ser alvo de reflexão, a biblioteca serve as necessidades deste grupo? Os alunos dos CET'S frequentam a biblioteca? E porque só responderam três alunos do Curso de Especialização em Finanças?

A amostra é ainda constituída por uma maioria de alunos da área de Contabilidade, com um total de 60 respostas. Convém referir que um dos inquiridos assinalou o campo "Outro", podendo referir-se ao único aluno do Curso de Especialização Tecnológica que respondeu ao questionário (Gráfico 1 (c)). Relativamente ao grupo que se encontrava a frequentar a licenciatura (Anexo 4:tabela 4), temos um número maior de respondentes a frequentar o 2º (44,6%) e 3º ano letivos (37,5%).

No que respeita ao número de horas dedicadas ao estudo e às atividades de aprendizagem, os dados mostram que 42% dos alunos despende de 6 a 15 horas semanais de estudo podendo estas serem ou não passadas na biblioteca (Gráfico 1(d)).

Relativamente à localização geográfica, temos três grandes grupos: i) Grupo que reside perto da universidade, em apartamento com colegas (24%); ii) Grupo que reside com a família, no concelho de Aveiro, mas distante da universidade (32%); e por último iii) o grupo que corresponde a duas situações geográficas - grupo que reside com a família fora do concelho de Aveiro (16%) e o grupo que reside com a família mas perto da universidade (16%). Da nossa amostra só 4 alunos residem nas residências da universidade (Gráfico 1 (e)).

Os dados mostram que 44% dos alunos frequenta a biblioteca 2 a 3 vezes por semana independentemente do tipo de utilização e utilizador (Gráfico 1 (f)).

No que respeita à frequência de utilização da biblioteca em relação ao ciclo de estudos (situação académica), percebemos pela análise do gráfico 2, que há um número maior de alunos de mestrado a frequentar a biblioteca diariamente e uma vez por semana. Por sua vez, os alunos de licenciatura frequentam a biblioteca duas a três vezes por semana. O único aluno do Curso de Especialização Tecnológica indicou que não frequenta a biblioteca. Os alunos de Especialização em Finanças frequentam entre duas a três vezes por semana.

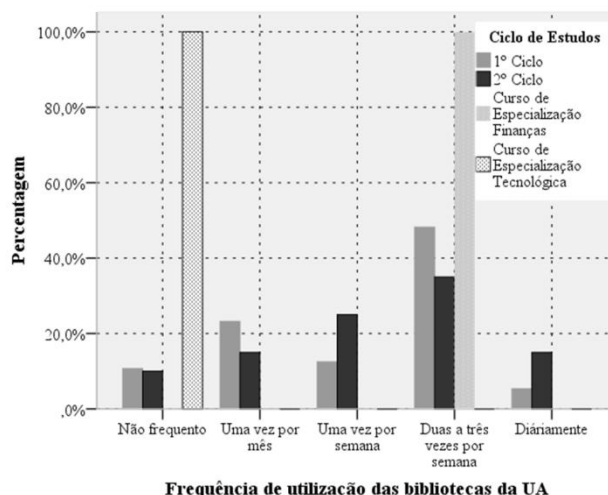


Gráfico 2. Frequência de utilização das bibliotecas discriminada por ciclo de estudos

Há que considerar fatores que possam influenciar o desempenho acadêmico dos alunos, neste sentido, considerámos importante cruzar a variável "*Onde reside atualmente*", com a variável "*Com que frequência em média utiliza as bibliotecas da Universidade?*" de modo a perceber se a localização geográfica da residência influencia a frequência de utilização da biblioteca.

O procedimento utilizado foi o teste do qui-quadrado, utilizado para variáveis nominais e ordinais, este teste verifica se existe ou não associação entre as variáveis, em que:

H_0 : As duas variáveis são independentes

versus

H_1 : As duas variáveis não são independentes

A regra de decisão refere: Não rejeitar H_0 se $Sig \geq \alpha = 0,05$ e rejeitar H_0 se $Sig < \alpha = 0,05$. O output do SPSS produz uma tabela de contingência que distribui as frequências pelas duas características.

Ao nível descritivo verificámos que dos 32 alunos que residem com a família distante da Universidade, 15 frequentam em média a biblioteca duas a três vezes por semana (Tabela 4).

		Com que frequência em média utiliza as bibliotecas da Universidade					Total
		Não frequente	Uma vez/mês	Uma vez/semana	2 a 3 vezes/semana	Diariamente	
Onde reside atualmente?	Nas residências da Universidade	0	0	0	3	1	4
	Apartamento com colegas perto da universidade	2	3	4	11	4	24
	Apartamento com colegas distante da universidade	0	1	0	0	0	1
	Resido com a minha família perto da universidade	2	4	2	7	1	16
	Resido com a minha família distante da Universidade, no concelho de Aveiro	5	6	4	15	2	32
	Resido com a minha família fora do concelho de Aveiro	1	3	6	6	0	16
	Outro	1	2	1	2	1	7
Total		11	19	17	44	9	100

Tabela 4. Tabela de contingência do teste de qui-quadrado.

De acordo com o teste de qui-quadrado para um nível de significância de 0,05 existem evidências estatísticas para se afirmar que a residência e a frequência da biblioteca não estão associadas, uma vez que o p value é de 0,734, ou seja, não rejeitamos a hipótese nula, uma vez que $Sig > \alpha = 0,05$ (Anexo 4:tabela 6). Não se verifica assim, uma clara evidência de que a frequência de utilização da biblioteca esteja associada à localização geográfica da residência dos alunos. Assim, consideramos que as duas variáveis são independentes.

No que concerne à variável que diz respeito à autoavaliação dos alunos, "*Como classifica o seu desempenho académico no último semestre*", o valor que corresponde a uma maior concentração dos dados e que diz respeito à média±desvio-padrão, é de 3,31±0,884 (Anexo 4:tabela 9), o que corresponde a uma indefinição avaliativa segundo Morgado (2000) sugerindo que os alunos divergem de opinião quanto ao seu desempenho. Esta variável que se caracteriza como ordinal e em que se utilizou a escala de Likert foi no entanto tratada como variável quantitativa, visto que é composta por cinco categorias (Laureano, 2011, p. 203). Assim, a nível descritivo podemos referir que na perceção dos alunos o seu desempenho académico situa-se entre os valores 3 e 4, que correspondem a uma avaliação de suficiente e bom.

		Frequência	Percentagem
Respostas	1	4	4,0
	2	12	12,0
	3	37	37,0
	4	43	43,0
	5	4	4,0
	Total	100	100,0

Tabela 5. Como classifica o seu desempenho académico no último semestre?

Tal como foi referido em relação à média na classificação do desempenho académico estamos perante uma indefinição avaliativa e relativamente ao desvio-padrão, o grau de consenso entre os alunos é moderado/baixo, o que reflete alguma dispersão entre os sujeitos.

No que respeita à variável " *Se é trabalhador estudante, o trabalho interfere com o seu desempenho académico*" quisemos perceber se havia correlação linear com a variável respeitante à " *Como classifica o seu desempenho académico*". Utilizámos para o efeito o coeficiente de correlação de Spearman ($R_s = -0,320$), que se mostrou significativo pois o p value é de 0,001, logo rejeitamos a hipótese nula, uma vez que $Sig < \alpha = 0,05$. Estes resultados sugerem que quanto maior for a perceção da interferência do trabalho no desempenho académico menor é a perceção do aluno quanto ao seu sucesso académico (Tabela 6).

Correlação de Spearman's		Como classifica o seu desempenho académico no último semestre?
Se é trabalhador estudante, o trabalho interfere com o seu desempenho académico	Coeficiente de Correlação	-0,320**
	<i>p</i>	0,001

Tabela 6. Correlação entre variáveis

Por último, efetuámos um teste de correlação não paramétrico de Spearman para responder à questão: Será que os alunos que frequentam mais a biblioteca consideram ter tido um melhor desempenho académico? Neste caso pretendemos testar se:

H_0 : As duas variáveis não estão correlacionadas linearmente

versus

H_1 : As duas variáveis estão correlacionadas linearmente

A regra de decisão refere: Não rejeitar H_0 se $Sig > \alpha = 0,05$ e rejeitar H_0 (aceitar H_1) – se $Sig < \alpha = 0,05$).

Os testes aos coeficientes de correlação ordinal de Spearman (ρ) aplicam-se quando se pretende testar se a relação entre duas variáveis existe e quando as duas variáveis são pelo menos ordinais (Laureano, 2011).

De acordo com a regra de decisão e tendo em conta os resultados do teste: As duas variáveis estão correlacionadas com um coeficiente de 0,284, isto porque, rejeitámos a hipótese H_0 , visto que o nível de significância é de 0,004, o que corresponde a $Sig < \alpha = 0,05$. Podemos afirmar que há uma correlação positiva entre as duas variáveis, ou seja, os alunos que frequentam mais a biblioteca são aqueles que na sua perceção consideram ter melhor desempenho académico (ANEXO 4:tabela 7).

Por último averiguámos a correlação entre a variável *"Durante a semana quantas horas passa em média em atividades relacionadas com a aprendizagem fora da sala de aula"*, com a variável *"Desempenho académico"*. Verificámos que quanto maior for o número de horas que os alunos passam em atividades relacionadas com a aprendizagem melhor classificam o seu desempenho académico. Tendo em conta que as atividades incluem a biblioteca, podemos esperar que essas atividades tenham impacto no desempenho académico dos alunos. Os resultados de correlação de Spearman mostram que existe uma correlação muito significativa com um coeficiente de 0,399 para um p-value $< 0,001$ (Anexo 4: tabela 8).

6.2.2 BLOCO 2. COMPORTAMENTO DE UTILIZAÇÃO DA BIBLIOTECA

Uma das maneiras de demonstrar valor é analisar (avaliar) as experiências dos alunos com as bibliotecas, isto porque, a experiência contribui direta ou indiretamente para o desempenho académico. A experiência que resulta dessa interação pode ser dividida em dois tipos de atividade (Kuh e Gonyea, 2003).

- Rotina – procura da informação, da bibliografia recomendada nas aulas, utilização do espaço para estudo – necessidades básicas.
- Exploração e análise da informação – este tipo de utilização promove as competências dos alunos em literacia da informação.

Quanto ao comportamento de utilização (Gráfico 3), os alunos procuram a biblioteca maioritariamente para requisitar livros e revistas, para consultar bibliografia e para estudar individualmente. Por vezes, frequentam a biblioteca para trabalhar e estudar em grupo, sendo que frequentam menos para utilizar os computadores e consultar o catálogo. Para estes alunos o valor

da biblioteca centra-se nos fundos físicos e no espaço físico da biblioteca. Estes atributos são as razões ou motivos, pela qual a procuram em primeiro lugar, ou seja, para dar resposta a necessidades informacionais mais básicas.

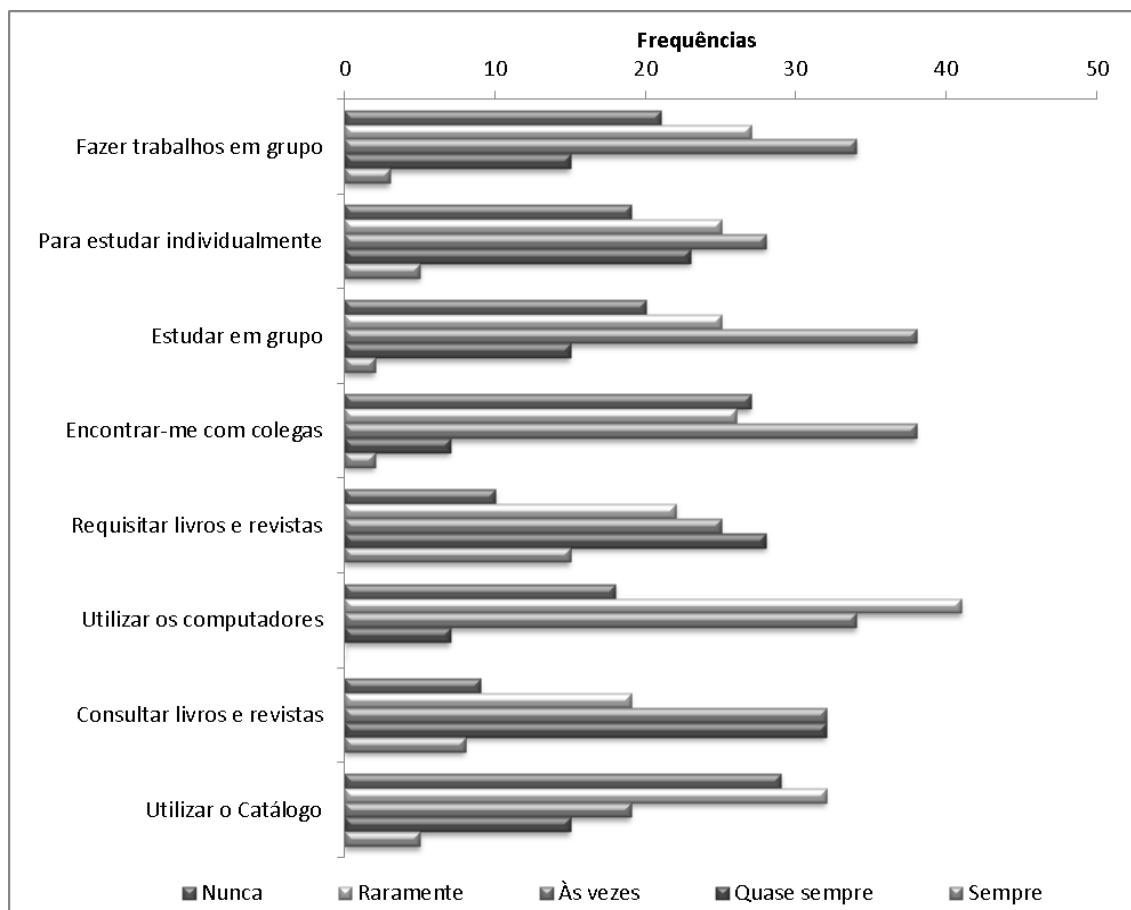


Gráfico 3. Comportamento de utilização das bibliotecas da UA pelos alunos do ISCA

Relativamente à interação com os profissionais de informação e colaboradores das bibliotecas, os alunos pedem ajuda para (gráfico 4) localizar os livros e revistas na sala de leitura, mas não solicitam apoio para procura e análise da informação, seja para pesquisar nas bases de dados, seja para aprender a fazer citações.

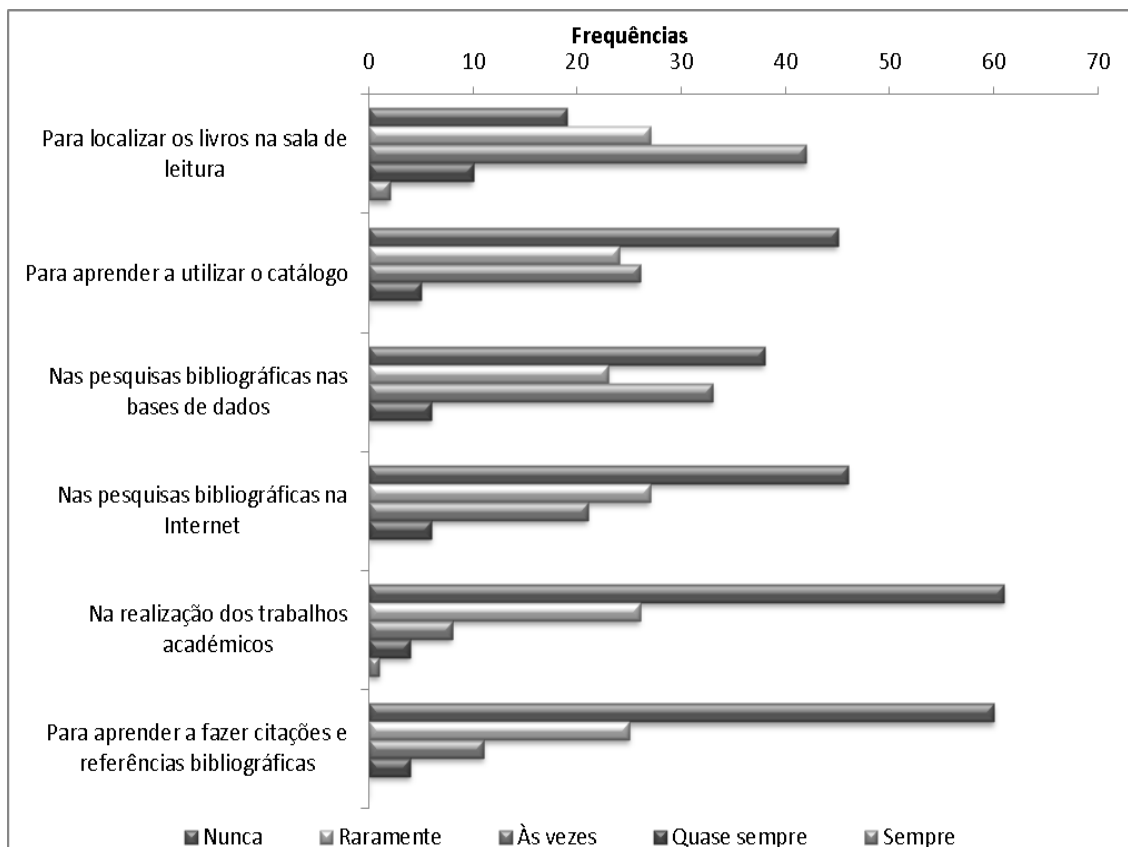


Gráfico 4. Padrão comportamental na solicitação de apoio aos colaboradores das bibliotecas.

No que concerne à utilização de serviços e recursos, os resultados (Tabela 7 e Anexo 6: Gráfico 1) mostram uma baixa utilização dos serviços e dos recursos de informação eletrónicos. Esta constatação evidencia a necessidade de sensibilizar os alunos para a importância da biblioteca para a aprendizagem. Os resultados mostram também que não utilizam ou utilizam pouco os materiais de apoio, como os tutoriais e boletins Web elaborados pelas bibliotecas. Pensamos que talvez haja falta de conhecimento por parte do grupo de licenciatura relativamente aos serviços e recursos que as bibliotecas oferecem, bem como, pouca ou nenhuma perceção sobre os benefícios que podem obter com a sua utilização. O serviço de apoio e referência tem uma média de utilização muito baixa de 2,20 e no decorrer do estudo, percebemos que é maioritariamente utilizado pelos alunos de mestrado.

Serviços e recursos da biblioteca	Média	Desvio-padrão
Utilizo o serviço de apoio e referência	2,20	0,888
Os professores recomendam o uso das bibliotecas	3,19	0,895
Os professores recomendam o uso das bases de dados de revistas e livros eletrônicos	3,00	1,110
Acedo aos serviços online das bibliotecas da universidade	2,99	1,168
Frequento a formação e workshops realizados pelas bibliotecas da universidade	1,69	0,884
Utilizo os recursos eletrônicos subscritos pela Universidade	2,28	1,280
Utilizo o Google académico para efetuar pesquisas bibliográficas	2,54	1,158
Utilizo os tutoriais e os boletins Web elaborados pelas bibliotecas	1,97	0,870
Encontro as obras indicadas pelos professores nas bibliotecas?	3,53	0,846
Aconselho a utilização das bibliotecas da UA aos meus colegas	3,57	1,122

Tabela 7. Utilização média (desvio-padrão) dos serviços e recursos da biblioteca

Há variáveis que podem influenciar o comportamento dos alunos em relação à utilização da biblioteca. Neste sentido, procedemos a alguns testes para detetar diferenças significativas no comportamento de utilização das bibliotecas. Para o efeito discriminámos as variáveis *"Utilizo as bibliotecas da UA para"* e *"Peço ajuda aos colaboradores das bibliotecas da UA"* por ciclo de estudos (*"situação académica"*). Além disso, comparámos as mesmas variáveis quanto ao sexo, idade e curso. No entanto, os resultados destas comparações foram remetidos para anexo (Anexo 8) visto não terem apresentado diferenças consideradas significativas para o estudo. Contudo, as comparações por ciclo de estudos (situação académica) produziram resultados significativos ($p < 0,05$).

Para proceder aos testes que nos permitem detetar diferenças significativas entre os valores de duas ou mais situações quando estamos perante grupos diferentes, tivemos que primeiramente testar os pressupostos dos métodos, ou seja, testar a distribuição normal dos dados. Utilizámos para o efeito o teste de Kolmogorov-Smirnov (K-S), que permite verificar o ajustamento à normalidade de variáveis, este teste é um requisito essencial para a aplicação de determinados testes e que servem para detetar diferenças entre grupos. Como o resultado dos testes K-S (Anexo 7:Tabela 12) rejeitou a hipótese de que os dados seguissem uma distribuição normal ($p < 0,05$), utilizámos para a verificação de diferenças entre grupos testes não paramétricos.

Assim, para comparar os ciclos quanto às variáveis *"Utilizo as bibliotecas da UA para"* e *"Peço ajuda aos colaboradores das bibliotecas da UA"*, utilizámos o teste de KRUSKAL – WALLIS. Com as seguintes hipóteses:

H_0 : Não existem diferenças significativas entre grupos

versus

H_1 : Existe pelo menos um grupo que é diferente dos restantes.

A regra de decisão refere: Não rejeitar H_0 se $Sig \geq \alpha = 0,05$ e rejeitar H_0 se $Sig < \alpha = 0,05$.

Verificado o nível de significância de $Sig < \alpha = 0,05$ em algumas variáveis (Tabela 8), existe evidência estatística para afirmar que há diferenças significativas entre ciclos, isto porque, de acordo com a regra de decisão não rejeitamos a hipótese de que, existem diferenças significativas entre os grupos.

Comportamento de utilização da biblioteca	Qui-quadrado	g.l.	p
Utilizo as bibliotecas da UA para [Fazer trabalhos em grupo]	3,196	3	0,362
Utilizo as bibliotecas da UA para [Para estudar individualmente]	,662	3	0,882
Utilizo as bibliotecas da UA para [Estudar em grupo]	4,784	3	0,188
Utilizo as bibliotecas da UA para [Encontrar-me com colegas]	4,247	3	0,236
Utilizo as bibliotecas da UA para [Requisitar livros e revistas]	19,682	3	<0,001*
Utilizo as bibliotecas da UA para [Utilizar os computadores]	,684	3	0,877
Utilizo as bibliotecas da UA para [Consultar livros e revistas]	14,221	3	0,003*
Utilizo as bibliotecas da UA para [Utilizar o Catálogo]	14,680	3	0,002*
Peço ajuda aos colaboradores das bibliotecas da UA [Para localizar os livros na sala de leitura]	10,079	3	0,018*
Peço ajuda aos colaboradores das bibliotecas da UA [Para aprender a utilizar o catálogo]	10,239	3	0,017*
Peço ajuda aos colaboradores das bibliotecas da UA [Nas pesquisas bibliográficas nas bases de dados]	13,120	3	0,004*
Peço ajuda aos colaboradores das bibliotecas da UA [Nas pesquisas bibliográficas na Internet]	11,136	3	0,011*
Peço ajuda aos colaboradores das bibliotecas da UA [Na realização dos trabalhos académicos]	6,996	3	0,072
Peço ajuda aos colaboradores das bibliotecas da UA [Para aprender a fazer citações e referências bibliográficas]	9,160	3	0,027*

Tabela 8. Resultados dos Testes KRUSKAL – WALLIS para a comparação de ciclos de estudo. * Itens com diferenças significativas

Ao assumir-se que existem pelo menos dois grupos diferentes entre si, deve-se averiguar quais os que mostram diferenças. De acordo com a tabela 9, quando comparamos as médias de utilização

em relação a cada um dos ciclos, verificámos diferenças entre os valores centrais dos alunos de mestrado em relação aos de licenciatura. Assim, a principal conclusão que podemos retirar dos valores apresentados na tabela (9) é que existem diferenças relativamente à utilização das bibliotecas entre os dois ciclos mencionados, no que concerne a alguns itens dentro das variáveis.

Importa destacar que os mestrados apresentam valores centrais mais elevados em relação aos alunos de licenciatura, no que respeita ao item **“pedido de ajuda para pesquisar bibliografia nas bases de dados”**, situação que pensamos justificar-se com o facto de, os alunos de mestrado solicitarem com maior frequência o serviço de apoio e referência. Isto porque, têm necessidades informacionais diferentes dos alunos de licenciatura. Por este motivo precisam mais do apoio e ajuda dos profissionais de informação. Este resultado pode ser um indicador de um pequeno mas significativo impacto por parte desta variável no desempenho académico, no sentido que os alunos percebem que o apoio pode contribuir para melhorar o trabalho académico, nomeadamente na localização de informação científica. Neste caso não se analisou os cursos de especialização em finanças e especialização tecnológica devido ao número reduzido de respondentes.

Comportamento de utilização da biblioteca	1º Ciclo (licenciatura) Média (DP)	2º Ciclo (mestrado) Média (DP)	Curso de Especialização Finanças Média (DP)	Curso de Especialização Tecnológica Média (DP)
Utilizo as bibliotecas da UA para [Requisitar livros e revistas]	2,79 (1,155)	3,78 (1,074)	2,67 (0,577)	1,00 (-)
Utilizo as bibliotecas da UA para [Consultar livros e revistas]	2,82 (1,011)	3,58 (1,035)	3,00 (1,000)	1,00 (-)
Utilizo as bibliotecas da UA para [Utilizar o Catálogo]	1,98 (0,963)	2,93 (1,289)	2,00 (1,000)	1,00 (-)
Peço ajuda aos colaboradores das bibliotecas da UA [Para localizar os livros na sala de leitura]	2,23 (0,972)	2,85 (0,921)	2,67 (0,577)	2,00 (-)
Peço ajuda aos colaboradores das bibliotecas da UA [Para aprender a utilizar o catálogo]	1,68 (0,917)	2,23 (0,920)	2,33 (1,155)	1,00 (-)
Peço ajuda aos colaboradores das bibliotecas da UA [Nas pesquisas bibliográficas nas bases de dados]	1,77 (0,934)	2,48 (0,933)	2,33 (0,577)	2,00 (-)
Peço ajuda aos colaboradores das bibliotecas da UA [Nas pesquisas bibliográficas na Internet]	1,63 (0,906)	2,15 (0,949)	2,67 (0,577)	2,00 (-)
Peço ajuda aos colaboradores das bibliotecas da UA [Para aprender a fazer citações e referências bibliográficas]	1,38 (0,702)	1,85 (0,949)	2,00 (1,000)	2,00 (-)

Tabela 9. Médias (desvio-padrão) dos itens de utilização das bibliotecas da UA e pedido de ajuda aos colaboradores discriminados por ciclo de estudos.

Comparamos também as diferenças entre o **ciclo de estudos** (situação académica) no que respeita às variáveis descritas na tabela 10. Utilizando o teste de *KRUSKAL – WALLIS*. Com as seguintes hipóteses:

H_0 : Não existem diferenças significativas entre grupos

versus

H_1 : Existe pelo menos um grupo que é diferente dos restantes.

A regra de decisão refere: Não rejeitar H_0 se $Sig \geq \alpha = 0,05$ e rejeitar H_0 se $Sig < \alpha = 0,05$.

Utilização da biblioteca – serviços/recursos	Qui-quadrado	g.l.	p
Utilizo o serviço de apoio e referência	6,914	3	0,075
Os professores recomendam o uso das bibliotecas	4,461	3	0,216
Os professores recomendam o uso das bases de dados de revistas e livros eletrónicos	12,971	3	0,005*
Acedo aos serviços online das bibliotecas da universidade	1,662	3	0,645
Frequento a formação e workshops realizados pelas bibliotecas da universidade	23,917	3	<0,001*
Utilizo os recursos eletrónicos subscritos pela Universidade	55,354	3	<0,001*
Utilizo o Google académico para efetuar pesquisas bibliográficas	18,260	3	<0,001*
Utilizo os tutoriais e os boletins Web elaborados pelas bibliotecas	12,215	3	0,007*
Encontro as obras indicadas pelos professores nas bibliotecas?	3,408	3	0,333
Aconselho a utilização das bibliotecas da UA aos meus colegas	6,373	3	0,095

Tabela 10. Resultados dos Testes KRUSKAL – WALLIS para a comparação de ciclos de estudo. * Itens com diferenças significativas

A tabela 10 mostra os itens que apresentam diferenças significativas entre ciclos de acordo com a regra de decisão. A nível descritivo verificamos na tabela 11 que há diferenças significativas entre os valores centrais em relação aos alunos de licenciatura e mestrado. Estas diferenças verificam-se principalmente na utilização dos recursos eletrónicos e utilização do Google académico. Esta situação prende-se com o facto de como já foi referido, as necessidades de informação serem diferentes e pelo facto dos alunos de mestrado frequentarem durante o mestrado sessões de formação sobre “Fontes de Informação Científica”. São também os alunos de mestrado os que em média mais aconselham a utilização da biblioteca (3,92), valor que se apresenta claramente adequado, apesar de, os valores do desvio padrão apresentarem um nível de consenso baixo/moderado.

Pela regra de decisão também verificámos evidências estatísticas para se afirmar que o aconselhamento de utilização da biblioteca por parte dos docentes e principalmente no que

respeita à variável "*Os professores recomendam o uso das bases de dados de revistas e livros eletrónicos*" apresenta diferenças significativas entre os grupos. A média atribuída a este item (3,43) é mais alta nos mestrados, no que respeita à utilização dos recursos eletrónicos (Tabela 11).

Utilização da biblioteca – serviços/recursos	1º Ciclo (licenciatura) Média (DP)	2º Ciclo (mestrado) Média (DP)	Curso de Especialização Finanças Média (DP)	Curso de Especialização Tecnológica Média (DP)
Utilizo o serviço de apoio e referência	2,00 (0,853)	2,48 (0,905)	2,33 (,577)	2,00 (-)
Os professores recomendam o uso das bibliotecas	3,05 (0,840)	3,35 (0,921)	3,33 (1,528)	4,00 (-)
Os professores recomendam o uso das bases de dados de revistas e livros eletrónicos	2,66 (1,066)	3,43 (1,059)	3,33 (0,577)	4,00 (-)
Acedo aos serviços online das bibliotecas da universidade	2,89 (1,260)	3,15 (1,075)	2,67 (1,155)	3,00 (-)
Frequento a formação e workshops realizados pelas bibliotecas da universidade	1,30 (0,537)	2,20 (0,992)	2,33 (1,000)	1,00 (-)
Utilizo os recursos eletrónicos subscritos pela Universidade	1,48 (0,786)	3,43 (0,984)	2,00 (0,577)	2,00 (-)
Utilizo o Google académico para efetuar pesquisas bibliográficas	2,13 (1,113)	3,13 (1,017)	2,67 (0,577)	2,00 (-)
Utilizo os tutoriais e os boletins Web elaborados pelas bibliotecas	1,71 (0,825)	2,30 (0,853)	2,33 (0,577)	2,00 (-)
Encontro as obras indicadas pelos professores nas bibliotecas?	3,63 (0,885)	3,40 (0,810)	3,67 (0,577)	3,00 (-)
Aconselho a utilização das bibliotecas da UA aos meus colegas	3,31 (1,241)	3,92 (0,850)	4,00 (1,000)	3,00 (-)

Tabela 11. Médias (desvio-padrão) dos itens de utilização de serviços e recursos de informação das bibliotecas da UA discriminados por ciclo de estudos.

Com o acesso ilimitado a um mundo de informação disponível, os alunos passam grande parte do seu tempo na internet. No entanto, nem tudo o que está disponível em termos de informação é credível e pertinente, pelo que estes, analisam e julgam a informação que encontram sozinhos. Isto porque, em relação ao comportamento de procura de informação, observamos pelos gráficos 5: a e b, que os alunos continuam a preferir pesquisar sozinhos na Internet (Google), embora já utilizem "**às vezes**" o Google académico.

Atualmente os alunos querem aceder rapidamente à informação, contudo aceder através das páginas web das bibliotecas leva tempo e requer esforço. Pela análise dos resultados podemos intuir que os alunos não iniciam as suas pesquisas bibliográficas pelas páginas Web das bibliotecas. Isto porque, relativamente às variáveis "*Utilizo os recursos eletrónicos subscritos pela Universidade*" e "*Utilizo o Google académico para efetuar pesquisas bibliográficas*", a média de

utilização (tabela 7) situa-se entre os valores [1,0 a 2,5], que de acordo com Morgado (2000) é um nível claramente inadequado.

Segundo um estudo efetuado por Mi and Nesta (2006, p. 416), "*Students rate convenience over quality. They want to get information fast. These factos played a major role in their selection of internet resources over library resources*". Ainda segundo os autores, as bibliotecas devem promover proactivamente os seus recursos e serviços e têm essa oportunidade através de suas páginas web. No entanto, devem focar-se apenas no que os seus utilizadores querem e dada a realidade das diversas estatísticas, as páginas Web das bibliotecas do ensino superior devem incorporar os motores de busca da Internet, bem como, as mesmas estratégias.

Ainda de acordo com a tabela 11 há diferenças entre os ciclos, no que respeita à variável "*Utilizo o Google académico para efetuar pesquisas bibliográficas*". Os alunos de mestrado apresentam um nível de utilização maior (3,13) em comparação com os alunos de licenciatura e de especialização em finanças. No entanto, é de notar que em relação ao desvio padrão há um consenso baixo no que toca a este item. Quando analisámos esta variável no que respeita à média de utilização (tabela 7), o valor é muito baixo [2,54], que de acordo com Morgado (2000) estamos perante uma indefinição avaliativa, embora se possa considerar o valor como aceitável segundo o mesmo autor.

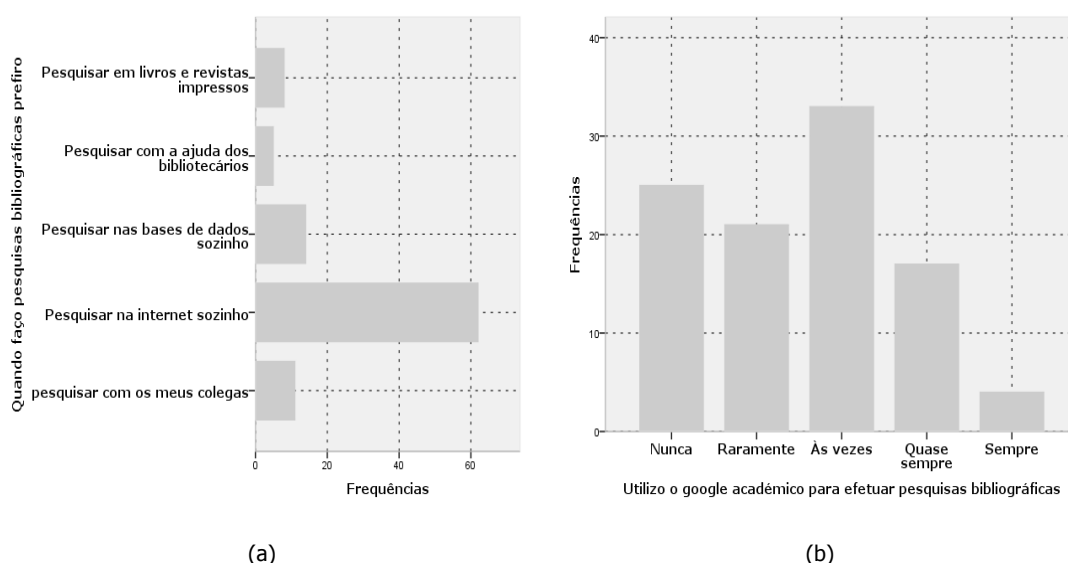


Gráfico 5. Comportamento dos alunos na procura de informação

Ainda no contexto do comportamento que se prende com a procura de informação, quisemos averiguar se existia relação entre o tipo de pesquisas que os alunos fazem e o ciclo de estudos em que se encontram, com base nas seguintes hipóteses:

H_0 : Não existe relação entre o ciclo de estudos e o tipo de pesquisa bibliográfica efetuada pelos alunos

versus

H_1 : Existe relação entre o o ciclo de estudos e o tipo de pesquisa bibliográfica efetuada pelos alunos.

A regra de decisão refere: Não rejeitar H_0 se $Sig > \alpha = 0,05$ e rejeitar H_0 se $Sig < \alpha = 0,05$.

Para esta análise e devido ao número reduzido de alunos do Curso de Especialização em Finanças e do Curso de Especialização Tecnológica, apenas usamos os inquiridos provenientes dos cursos de licenciatura (1º ciclo) e mestrado (2º ciclo).

		Value	p
Nominal por Nominal	Coefficiente de contingência	0,336	0,016*

Tabela 12. Tabela de correlação entre as variáveis "Tipo de pesquisa que efetua" e "Ciclo de estudos".* Significativo.

A decisão sobre o teste é de rejeição da hipótese nula, visto que o valor da prova é inferior a 0,05 (Tabela 12). Verificámos existir relação entre o ciclo de estudos em que o aluno se encontra e o tipo de pesquisas bibliográficas que efetua. Os alunos de mestrado pesquisam mais em bases de dados de revistas eletrónicas, o que indica diferentes comportamentos e necessidades em termos de procura de informação. No entanto, observámos pela análise da tabela 13 que em geral e no que respeita aos dois ciclos, os alunos preferem pesquisar sozinhos na internet.

		Aluno(a) do 1º Ciclo (licenciatura)	Aluno(a) do 2º Ciclo (mestrado)	Total
Quando faço pesquisas bibliográficas prefiro	Pesquisar com os meus colegas	9	1	10
	Pesquisar na internet sozinho	38	21	59
	Pesquisar nas bases de dados sozinho	4	10	14
	Pesquisar com a ajuda dos bibliotecários	2	3	5
	Pesquisar em livros e revistas impressas	3	5	8
	Total	56	40	96

Tabela 13. Tabela de contingências discriminando por ciclo de estudos as preferências comportamentais de pesquisa de informação

Relativamente à variável "*Aconselho a utilização da biblioteca aos meus colegas*" verificamos na nossa amostra que dos 100 respondentes, 4 não responderam. Neste contexto, 91 alunos

aconselham a biblioteca e cinco não o fazem (tabela 14). Esta situação pode ser um indicador de aspetos como, uma boa relação entre os colaboradores das bibliotecas e os alunos (relação de confiança) e de satisfação com os serviços. Isto porque, quando satisfeitos tendem a divulgar os serviços e a aconselhar a biblioteca junto de outros colegas. Neste contexto, a biblioteca do ISCA-UA, deve continuar a investir no marketing relacional de maneira a promover a imagem das bibliotecas da UA, a prestar serviços com qualidade e a assegurar a continuação das relações com os alunos e utilizadores em geral.

		Frequência	Percentagem (%)
Respostas	Nunca	5	5,4
	Raramente	11	12,0
	Às vezes	26	26,1
	Quase sempre	32	33,7
	Sempre	22	22,8
	Total	96	100,0

Tabela 14. Frequências e percentagem de respostas à variável "Aconselho a utilização das bibliotecas aos meus colegas"

De seguida analisámos a correlação entre a *variável "Aconselho a utilização das bibliotecas da UA aos meus colegas"* com as variáveis: *"Com que frequência em média utiliza as bibliotecas da Universidade"* e *"Como classifica o seu desempenho académico no último semestre"*.

Utilizámos para o efeito o teste de correlação de Spearman que é adequado para variáveis de nível ordinal, designa-se por coeficiente de correlação não paramétrico, já que no seu cálculo são utilizadas ordenações (Martinez e Ferreira, 2008). As hipóteses colocadas são as seguintes:

H_0 : As variáveis não estão correlacionadas

versus

H_1 : As variáveis estão correlacionadas.

A regra de decisão refere: Não rejeitar H_0 se $Sig > \alpha = 0,05$ e rejeitar H_0 se $Sig < \alpha = 0,05$.

A decisão para os testes é de rejeição de H_0 visto que há evidências estatísticas que os alunos que mais frequentam as bibliotecas são os que mais aconselham. Verificamos assim uma correlação positiva, ou seja, à medida que aumenta a média de frequência das bibliotecas tende a aumentar o grau de aconselhamento (Tabela 15).

Em relação à variável *"Como classifica o seu desempenho académico no último semestre"*, observamos também uma correlação positiva e para um $p = 0,002$, podemos afirmar que a

classificação de desempenho tem influência no grau de aconselhamento, isto é, quanto melhor os alunos consideram ser o seu desempenho académico mais aumenta o grau de aconselhamento das bibliotecas.

Correlação de Spearman		Aconselho a utilização das bibliotecas da UA aos meus colegas
Com que frequência em média utiliza as bibliotecas da Universidade	Coefficiente de Correlação	0,401**
	p	<0,001
Como classifica o seu desempenho académico no último semestre?	Coefficiente de Correlação	0,316**
	p	0,002

Tabela 15. Correlação De Spearman. ** Correlação muito significativa

Em relação às questões abertas colocadas no questionário:

"Se já recebeu ajuda dos bibliotecários, descreva a última experiência e em que medida o ajudou (ou não) ", podemos referir que em geral, os alunos descreveram experiências que se prendem com o apoio dos colaboradores na localização dos livros, ou seja, experiências ligadas a uma atividade de rotina. Apenas dois respondentes referem uma experiência ligada à pesquisa e exploração de informação.

De acordo com um dos respondentes, *"é ainda, importante salientar, que os colaboradores estão sempre dispostos a ajudar na procura de livros"*. Destacamos que em relação a esta questão, um dos respondentes é de opinião que os colaboradores das bibliotecas *"são pessoas muito importantes para o bom funcionamento da biblioteca"*.

Em relação à questão que respeita ao espaço físico das bibliotecas da UA *"Comentários relativamente ao espaço das bibliotecas da Universidade de Aveiro"*, a perceção dos alunos é muito positiva. Estes consideram que as bibliotecas têm um espaço agradável, com bons espaços e boas condições. No entanto, o espaço físico da biblioteca do ISCA-UA é considerado muito pequeno na opinião dos alunos *"O espaço da biblioteca do ISCAA é exíguo para a quantidade de alunos que a frequentam, surgindo por vezes problemas de ruído, esquecendo-se alguns alunos que aquele espaço é de leitura, estudo e reflexão"*.

Importa destacar a resposta de um dos respondentes que nos parece ser a que melhor caracteriza o espaço físico das bibliotecas da UA *"Gosto do aspeto acolhedor e reservado da Biblioteca do ISCA, a biblioteca principal é um monstro de conhecimento, sendo as salas individuais muito interessantes e práticas para estudo ou elaboração de projetos"*.

Em síntese, no que respeita ao comportamento de utilização, os alunos continuam a frequentar as bibliotecas para requisitar livros, revistas e para estudar. Em relação aos cursos, são os alunos da licenciatura em contabilidade que mais frequentam a biblioteca. No entanto, são os alunos de mestrado que mostram uma perceção diferente do valor das bibliotecas. Isto porque, é este grupo que utiliza mais os recursos eletrónicos, que frequenta mais as sessões de formação e que pede mais apoio e colaboração aos profissionais de informação. Este comportamento evidencia assim, uma experiência que se prende com a análise e exploração da informação. A experiência dos alunos de licenciatura foca-se ainda em necessidades informacionais consideradas mais básicas.

6.2.3 BLOCO 3. A IMPORTÂNCIA E UTILIDADE DA BIBLIOTECA NA OPINIÃO DOS ALUNOS

Neste bloco, solicitámos aos alunos que seriassem por grau de importância/utilidade (1 a 5) os seguintes itens: recursos eletrónicos e plataformas de acesso a recursos; recursos impressos; serviços disponibilizados pelas bibliotecas; o apoio e ajuda dos colaboradores das bibliotecas; o espaço para estudo e aprendizagem e atividades e eventos realizados pelas bibliotecas. Os resultados obtidos estão organizados na tabela 16:

Importância/utilidade	Média	Desvio-padrão
Recursos eletrónicos e plataformas de acesso a recursos atualmente facultados pelas bibliotecas	4,07	0,891
Recursos impressos	4,28	0,753
Serviços disponibilizados pelas bibliotecas	4,14	0,899
O apoio e ajuda dos colaboradores das bibliotecas são importantes para o meu desempenho académico	3,61	1,188
As bibliotecas - espaço para estudo e aprendizagem	4,28	0,726
Atividades e eventos realizados pelas bibliotecas	3,68	0,898

Tabela 16. Grau de importância média atribuída aos vários serviços e recursos disponibilizados pelas bibliotecas.

Verificámos que os respondentes atribuem uma importância maior aos recursos impressos e ao espaço físico das bibliotecas. Para os alunos do ISCA-UA são os itens que têm mais valor e que na sua perceção resultam em mais benefícios para a aprendizagem. No que concerne ao desvio padrão há um grau de consenso moderado/baixo entre os respondentes. A média atribuída aos vários itens é claramente adequada, na medida em que obtivemos valores que segundo Morgado (2000) correspondem ao nível três, ou seja, situam-se entre [3,6 a 5,0].

Há fatores que podem influenciar a opinião dos alunos em relação à importância e utilidade dos vários atributos da biblioteca, neste sentido, procedemos a alguns testes para detetar diferenças significativas no comportamento de utilização das bibliotecas.

Para o efeito discriminamos as variáveis “*recursos eletrónicos e plataformas de acesso a recursos; recursos impressos; serviços disponibilizados pelas bibliotecas; o apoio e ajuda dos colaboradores das bibliotecas; o espaço para estudo e aprendizagem e atividades e eventos realizados pelas bibliotecas*” por ciclo de estudos (“*situação académica*”).

Efetuámos o teste de Mann-Whitney (Tabela 17) para determinar se existia diferenças significativas entre o 1º e o 2º ciclo de estudos no que respeita à opinião da importância e utilidade dos recursos e serviços disponibilizados pelas bibliotecas da UA. Tal como, na análise anterior ao ciclo de estudos optámos por retirar novamente os indivíduos inscritos no curso de especialização em finanças e no de especialização tecnológica dado o número reduzido de respondentes.

Importância/utilidade	Aluno(a) do 1º Ciclo	Aluno(a) do 2º Ciclo	Mann-Whitney
	Média (DP)	Média (DP)	<i>p</i>
Recursos eletrónicos e plataformas de acesso a recursos atualmente facultados pelas bibliotecas	3,77 (0,809)	4,53 (0,816)	0,000*
Recursos impressos	4,09 (0,695)	4,50 (0,784)	0,001*
Serviços disponibilizados pelas bibliotecas	3,98 (0,842)	4,35 (0,949)	0,008*
O apoio e ajuda dos colaboradores das bibliotecas são importantes para o meu desempenho académico	3,36 (1,227)	3,98 (1,050)	0,008*
As bibliotecas - espaço para estudo e aprendizagem	4,20 (0,818)	4,38 (0,586)	0,399
Atividades e eventos realizados pelas bibliotecas	3,54 (0,972)	3,88 (0,757)	0,078

Tabela 17. Grau de importância média atribuída aos vários serviços e recursos disponibilizados pelas bibliotecas, discriminada por ciclos de estudos e os respetivos testes de Mann-Whitney.* Itens com diferenças significativas.

Os resultados mostram diferenças entre os ciclos. Os alunos de mestrado atribuem uma

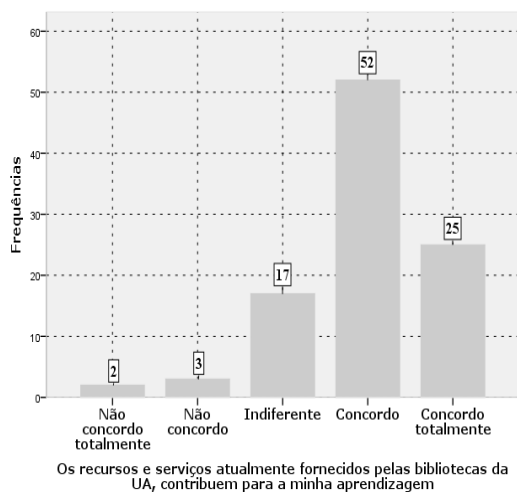


Gráfico 6. Opinião sobre o contributo dos serviços e recursos das bibliotecas para a aprendizagem

importância maior aos serviços e recursos, e ao apoio e ajuda por parte dos colaboradores das bibliotecas. Em relação a este último item, a diferença é aparentemente reduzida (3,98), mas é estatisticamente significativa em termos de impacto na opinião dos alunos de mestrado. No entanto, relativamente ao grau de consenso entre os respondentes trata-se do item que apresenta maior dispersão dos dados. Quanto ao espaço físico das bibliotecas o desvio padrão representa um consenso moderado/alto. O resultado reforça o valor que os alunos atribuem ao espaço físico das bibliotecas.

Quando questionados sobre contributo dos serviços e recursos disponibilizados pelas bibliotecas para a aprendizagem, há um número considerável de respondentes a avaliar positivamente este item (Gráfico 6).

Jager, cit. por Alhardi e Middleton (2012) investigou os efeitos do empréstimo de livros na aprendizagem dos alunos. No entanto, segundo o autor os efeitos não se devem a um só fator, mas a vários, o que eventualmente pode ajudar a explicar o facto de não haver uma correlação positiva entre as variáveis "*Com que frequência em média utiliza as bibliotecas da Universidade*" e "*Como classifica o seu desempenho académico no último semestre?*" e a opinião dos alunos relativamente a cada um dos itens discriminados na tabela 18. No entanto, verificámos uma correlação positiva entre a frequência das bibliotecas e a variável "*Os recursos e serviços atualmente fornecidos pelas bibliotecas da UA, contribuem para a minha aprendizagem*"; o que em certa medida está de acordo com o que refere o autor.

Correlação de Spearman		Como classifica o seu desempenho académico no último semestre?	Com que frequência em média utiliza as bibliotecas da Universidade
Recursos eletrónicos e plataformas de acesso a recursos atualmente facultados pelas bibliotecas	Coefficiente de Correlação	0,070	0,081
	p	0,500	0,425
Recursos impressos	Coefficiente de Correlação	-0,012	0,113
	p	0,904	0,265
Serviços disponibilizados pelas bibliotecas	Coefficiente de Correlação	-0,166	0,114
	p	0,904	0,265
O apoio e ajuda dos colaboradores das bibliotecas são importantes para o meu desempenho académico	Coefficiente de Correlação	-0,014	0,136
	p	0,890	0,178
As bibliotecas - espaço para estudo e aprendizagem	Coefficiente de Correlação	-0,057	0,109
	p	0,584	0,281
Atividades e eventos realizados pelas bibliotecas	Coefficiente de Correlação	-0,001	0,063
	p	0,990	0,534
Quando utilizo o espaço físico das bibliotecas da Universidade de Aveiro	Coefficiente de Correlação	0,091	0,317**
	p	0,377	0,001
Os recursos e serviços atualmente fornecidos pelas bibliotecas da UA, contribuem para a minha aprendizagem	Coefficiente de Correlação	0,227*	0,351**
	p	0,027	<0,001

Tabela 18. Correlação de Spearman. ** Correlação muito significativa

Quando correlacionamos a variável "*Como classifica o seu desempenho académico no último semestre?*", verificamos uma correlação positiva com os recursos e serviços fornecidos pelas bibliotecas. Assim, provavelmente para os alunos o valor da biblioteca resulta de um conjunto de atributos.

Verificámos também uma correlação muito significativa ($p < 0,001$) entre a expectativa que os alunos têm ao utilizar o espaço físico das bibliotecas e o grau de importância que lhe atribuem (Tabela 19), isto é, quanto maior a expectativa mais importância atribuem ao espaço físico. Um dos respondentes descreve o espaço físico das bibliotecas da UA como "*aquele espaço é de leitura, estudo e reflexão*".

Correlação de Spearman		Quando utilizo o espaço físico das bibliotecas da Universidade de Aveiro
As bibliotecas - espaço para estudo e aprendizagem	Coefficiente de Correlação	0,535**
	p	<0,001

Tabela 19. Correlação de Spearman. ** Correlação muito significativa.

6.2.4 BLOCO 4. SATISFAÇÃO

Em marketing, os consumidores atuam de acordo com o valor percebido, consumidores satisfeitos tendem a repetir a compra. Neste sentido, utilizadores satisfeitos com os serviços prestados pelas bibliotecas tendem a voltar e a aconselhar o seu uso.

Relativamente às variáveis em que visivelmente se pode expressar a satisfação dos alunos (Tabela 20), verificámos que a média mais alta atribuída diz respeito ao espaço físico das bibliotecas, sendo a variável que apresenta menos dispersão de opiniões entre os respondentes. Os alunos consideram que o espaço físico das bibliotecas da UA apoia as atividades relacionadas com o estudo e aprendizagem. Apesar do baixo consenso entre os respondentes, a variável que representa as competências e capacidades dos colaboradores é também a que apresenta uma média mais alta de satisfação. Neste sentido, os colaboradores das bibliotecas devem continuar a investir no relacionamento com os alunos (marketing relacional). Os dados obtidos permitem-nos concluir que em geral os alunos estão satisfeitos com o apoio que recebem sendo que o consenso é moderado entre os respondentes.

Satisfação dos alunos	Média	Desvio-padrão
Os colaboradores das bibliotecas manifestam vontade em ajudar, estão atentos às minhas necessidades e mostram boa disposição	3,42	1,102
Os colaboradores das bibliotecas são capazes de responder às minhas perguntas	3,55	0,913
Os recursos eletrónicos e impressos cobrem as minhas necessidades	3,44	0,826
Os Instrumentos para recuperar a informação são fáceis de usar	3,27	0,823
O espaço das bibliotecas da UA motiva o estudo e a aprendizagem	3,65	0,788
Em geral estou satisfeito com o apoio que recebo nas bibliotecas	3,74	0,791

Tabela 20. Média e desvio-padrão da satisfação dos alunos em relação a cada um dos atributos das bibliotecas

A média de satisfação que apresenta valores mais baixos diz respeito aos instrumentos para recuperar a informação (catálogo das bibliotecas da UA). A perceção que temos é de que os alunos preferem aceder a todos os recursos de informação através de um único ponto de acesso (Google).

De acordo com o índice de satisfação (tabela 21) construído a partir da média geral das respostas dadas nos itens da tabela 25, a média geral situa-se nos 3,51 que segundo os critérios adotados por Morgado (2000) se caracteriza por uma indefinição avaliativa, no entanto, como o ponto médio da escala é 3 podemos considerar como aceitável os valores entre 2,6 e 3,5. Relativamente ao desvio padrão, estamos perante um consenso moderado entre os inquiridos, ou seja, mesmo que a maioria tenha avaliado positivamente os serviços e o espaço físico da biblioteca existem alunos que

ainda não perceberam os benefícios ou devido à sua natureza não atribuem o devido valor às bibliotecas.

	Mínimo	Máximo	Média	Desvio padrão
Índice de satisfação	2,00	5,00	3,51	0,68

Tabela 21. Índice de satisfação dos alunos do ISCA-UA com as bibliotecas da UA

O índice de satisfação situa-se entre o 2 e o 5, que podemos considerar dentro dos valores normais, mas que não nos indica se efetivamente estamos a ter impacto, segundo Poll (2003), a satisfação é importante como um valor que é percebido pelos utilizadores e que motiva a repetição do uso do serviço ou produto, no entanto, só por si não demonstra resultados.

6.3 RESULTADOS DAS ENTREVISTAS: HISTÓRIA DE VALOR DO SERVIÇO

A perceção dos alunos pode mostrar fortes evidências do impacto das bibliotecas, por conseguinte, os resultados podem permitir avaliar o impacto do serviço e conhecer a opinião dos alunos no que concerne ao contributo do serviço para a aprendizagem e desempenho académico.

A nossa amostra é composta por 17 indivíduos. O primeiro bloco da entrevista teve por finalidade identificar os alunos licenciados no ISCA-UA e os que concluíram o mestrado. Em princípio será de esperar que os alunos que concluíram os dois ciclos de estudo (licenciatura e mestrado) tenham uma opinião mais vincada sobre o contributo da biblioteca. Assim, dos 17 alunos, 4 não frequentaram a licenciatura no ISCA-UA e 2 frequentaram a licenciatura na Universidade de Aveiro, embora em outra escola e departamento.

Ainda relativamente à nossa amostra dos 11 alunos que fizeram a licenciatura no ISCA-UA, apenas 6 frequentaram a biblioteca. Importa referir que dos 17 entrevistados, 6 já tinham terminado o mestrado por altura da entrevista.

6.3.1 BLOCO 2. A RELAÇÃO COM A BIBLIOTECA DO ISCA-UA

As seguintes questões foram analisadas em conjunto com os resultados do questionário. i) Os resultados da questão *"Durante o mestrado frequentou as sessões de formação disponibilizadas pelas bibliotecas da UA?"* mostraram que dos entrevistados, apenas dois não frequentaram a formação. Apesar de decorrerem várias formações e workshops ao longo do ano letivo, na biblioteca do ISCA-UA e na biblioteca central (SBIDM), a média de frequência da formação dos inquiridos foi de 1,69 (Tabela 7). No entanto, (Tabela 11) a média é mais alta nos alunos de mestrado (2,20) do que nos alunos de licenciatura (1,30).

ii) As questões - *"Na licenciatura, lembra-se de algum recurso ou serviço que tenha sido particularmente útil para o seu desempenho académico?"* - e - *"Utiliza ou utilizou os recursos de informação eletrónicos disponibilizados pela UA? Utilizou os recursos na licenciatura?"* - Os resultados sugerem o seguinte: Os alunos que frequentaram a biblioteca durante a licenciatura fizeram-no para dar resposta a necessidades informacionais básicas, como requisitar e consultar livros e para estudar, o que está em consonância com os resultados do questionário (Gráfico 3). Ainda foi mencionado (E3) que durante a licenciatura *"não sabia bem"* que recursos eram disponibilizados pela biblioteca. Esta situação revela uma experiência de utilização que resulta de uma atividade de rotina na procura da informação, característica dos alunos de licenciatura, seja na procura da bibliografia recomendada pelos docentes, ou na utilização do espaço físico para estudar.

Os resultados obtidos no questionário no que respeita à variável - *"utilização dos recursos eletrónicos"* - apresentam uma média de utilização dos recursos de 2,28 (Tabela 7) que considerámos ser baixa e claramente inadequada, segundo os critérios de Morgado (2000). Também verificámos uma diferença significativa ($p\text{-value} < 0,05$) entre as médias de utilização dos recursos eletrónicos (tabela 11) do grupo de licenciatura (1,48) e o de mestrado (3,43).

Por outro lado, os alunos de mestrado atribuem um grau de importância maior à utilização dos recursos eletrónicos (tabela 17), o que provavelmente se deve ao facto de conforme refere o entrevistado **E9**: *" (...) porque no mestrado o nível de exigência é maior. Na licenciatura não recorria às bases de dados, eram pesquisas mais simples"*. Os alunos de mestrado percebem assim o valor inerente ao uso dos recursos, na medida em que, lhes atribuem uma importância maior. Durante a licenciatura, o nível de exigência académico, muitas vezes, não obriga a situações de exploração da informação científica, como refere o entrevistado **E1**: *"durante a licenciatura não utilizei os recursos. A licenciatura de contabilidade exige poucos trabalhos científicos, daí não recorreremos com frequência à biblioteca. Só no 1º ano de mestrado é que tive conhecimento do portal B-on através da disciplina de Auditoria 1 que exigiu trabalhos mais científicos (...)"*. O

entrevistado **E2** é da mesma opinião " *Confesso que durante a licenciatura não consultei estes recursos com tanta frequência (mas já os conhecia), pois não sentia necessidade de pesquisar artigos científicos. Só no mestrado é que os docentes começam a pedir determinados trabalhos, enquanto na licenciatura são mais técnicos*".

No entanto, o facto de não estar subjacente à aprendizagem na licenciatura a necessidade de utilizar os recursos de informação eletrónicos será que estamos a adequar corretamente a divulgação dos recursos direcionados às necessidades dos alunos de licenciatura? E será que são os mesmos para todas as licenciaturas?

A Questão – "*Considera os recursos de informação disponibilizados adequados às necessidades dos alunos a frequentar o mestrado?*" - e a questão - "*Relativamente ao espaço da biblioteca, o que têm para me dizer?*" Os resultados revelaram a opinião e necessidades dos alunos. De acordo com os entrevistados, o fundo documental necessita de ser atualizado, principalmente no que respeita a livros, segundo o entrevistado **E2** " *A nível de livros não considero suficiente (...), uma biblioteca como a nossa tem necessidade de estar mais atualizada (...), nem sempre encontrei na biblioteca o que precisava*". O entrevistado **E5** considera os recursos eletrónicos adequados às necessidades dos mestrados, no entanto, no que respeita a material impresso, nota uma certa desatualização, o que contribuiu para, nem sempre ter encontrado na biblioteca o que precisava. Outra das situações apontadas reporta-se ao facto dos alunos considerarem o número de exemplares insuficiente para as necessidades, **E15** salienta " *o problema está no número de exemplares disponíveis dos livros, são poucos*".

Quanto ao espaço físico, a opinião dos entrevistados é unânime, consideram o espaço da biblioteca do ISCA-UA agradável mas limitado, no sentido em que, carece de espaços de estudo individual, colaborativo e de mais computadores. Para o entrevistado **E3** " (...) *a biblioteca tem um bom espaço para estudar, pois em casa é mais difícil concentrar-me e aqui podemos tirar dúvidas e partilhar com os colegas*". O entrevistado **E2**, salienta o facto de "*nas salas de estudo não se consegue estudar porque há mais barulho e como prefiro estudar aqui do que em casa, (...)*". O entrevistado **E17** refere-se à biblioteca como "*agradável, devia haver mais computadores, o espaço devia ser maior, os alunos utilizam bastante a biblioteca e isso é mais notório no horário diurno*".

A questão – "*Que perceção têm da prestação pessoal/profissional dos colaboradores das bibliotecas?*" e a Questão – "*Como descreveria a sua relação com os colaboradores?*". A perceção dos alunos, no que respeita, à prestação pessoal e profissional dos colaboradores é, segundo o entrevistado **E1** "*Excelente, não tenho razão de queixa, acho que o serviço funciona melhor agora e sempre que peço ajuda nunca ninguém mostrou desagrado*". Também **E4**, refere " *Não tenho razão de queixa, as pessoas agora são muito prestáveis, antigamente não havia tanta*

disponibilidade por parte dos funcionários". A opinião dos alunos reflete uma mudança comportamental por parte dos colaboradores. As mudanças percebidas, acrescentaram valor à biblioteca, isto porque, o valor resulta do efeito da prestação do serviço e da satisfação obtida (Cota, 2006). A qualidade da biblioteca prende-se também com a prestação do serviço, com a maneira como foi prestado e por quem foi prestado. O valor dos serviços resulta assim e também, de um bom desempenho por parte dos colaboradores. A relação foi descrita como "bastante positiva, porque para além de verificar que são bons profissionais com conhecimentos, gosto da forma como nos abordam e isso também é importante (E17).

Em geral, todos os entrevistados definem a relação com os colaboradores como boa e muito boa, o que pode ser um indicador de satisfação. Neste ponto, podemos assinalar a ocorrência de mudanças a nível afetivo, isto é, os alunos aumentaram o seu nível de confiança e satisfação em relação aos profissionais e colaboradores das bibliotecas *"the behavior of reference staff can have a direct impact in the success of the reference interaction"* (Jacoby e O'Brien, 2005, p. 326). De acordo com a análise, os resultados do questionário mostram que os alunos de mestrado (tabela 9) solicitam mais a ajuda e o apoio dos colaboradores das bibliotecas nas pesquisas bibliográficas.

Em relação à questão – *"Utilizou o serviço de empréstimo interbibliotecas?"*, apenas quatro alunos utilizaram o EIB, percebemos que a maior parte desconhecia o serviço, apesar da biblioteca fazer a sua divulgação nos meios de comunicação e durante as sessões de formação.

6.3.2 BLOCO 3. O CONTRIBUTO DA BIBLIOTECA

Este bloco de questões teve por objetivo perceber se, e em que medida, o comportamento dos alunos mudou – resposta comportamental (quadro 8). De acordo com os objetivos do serviço, esperávamos que em termos de efeitos, os alunos mudassem o seu comportamento no que respeita a hábitos de pesquisa bibliográfica e adquirissem competências e conhecimentos em literacias de informação.

A questão – *"Com o apoio prestado pela biblioteca sentiu-se mais preparado e motivado para utilizar os recursos de informação sozinho?"* e a questão – *"Sentiu-se mais motivado para trabalhar na dissertação?"* os alunos referem terem-se sentido menos perdidos, mais motivados e mais preparados para agir sobre a informação: *"claro que senti menos dificuldades e já consegui encontrar muitos artigos sozinho, (...)" (E1)*. Também **E9** refere: *"O apoio foi fundamental para começar a lidar com este tipo de recursos e de pesquisas com as quais não estava familiarizada"*. Este serviço tem por objetivo dar a conhecer aos alunos os recursos de informação adequados às suas necessidades, orientá-los e motivá-los para a sua utilização e trabalhar no sentido em que

ocorram mudanças a nível afetivo. Por isso é muito importante aumentar não só, os níveis de confiança dos alunos em relação às recém- adquiridas competências em literacias de informação, mas também em relação à própria biblioteca e seus colaboradores.

Pela resposta de **E17** "*Senti-me mais preparada e particularmente mais motivada para continuar a fazer os trabalhos académicos, fez-me perceber que não é assim tão difícil como imaginava*", podemos perceber que os alunos reconheceram o apoio dado como um benefício em resultado da interação com o serviço. "*Com o apoio ganhamos mais ânimo*" (**E7**), também segundo **E2** "*Com o apoio do serviço sinto-me mais preparada*". Neste sentido é fundamental que as bibliotecas caminhem nesta direção de modo que, os alunos sintam a biblioteca como um espaço que está sempre disponível para os apoiar "*Senti-me mais motivada e menos perdida*" (**E3**) criando assim um valor acrescido para a biblioteca.

Em termos de mudança comportamental esperávamos conseguir que, após a prestação do serviço, os alunos se mostrassem mais independentes e que agissem no sentido de mais facilmente adequar os recursos às suas necessidades, no que respeita a comportamentos de pesquisa bibliográfica. Neste âmbito procurámos perceber as mudanças ocorridas através da questão – "*O apoio do serviço e o conhecimento dos recursos de informação científica mudou o seu comportamento e hábitos de pesquisa bibliográfica?*". A maior parte dos entrevistados menciona mudanças de comportamento em relação aos hábitos de pesquisa bibliográfica. Enquanto na licenciatura desconheciam grande parte dos recursos de informação disponibilizados pelas bibliotecas da UA, nomeadamente as bases de dados de revistas eletrónicas, no mestrado perceberam a necessidade de utilizar informação científica e credível. De acordo com **E15** " (...) antes pesquisava no Google e era o que encontrava, agora com estes recursos temos acesso a uma informação mais credível e científica". **E1** refere ainda que " (...) o Google não chega e procuro informação mais credível e que tenha sempre algo mais a acrescentar ao meu trabalho." Através de estes testemunhos percebemos que os alunos valorizam os recursos de informação e compreenderam que a atividade de exploração e análise da informação possibilita acrescentar valor ao trabalho académico.

Ainda no que respeita ao comportamento o aluno **E16** referiu que o seu comportamento mudou "(...) deixei de precisar de tantos livros e comecei a trabalhar com artigos científicos para fundamentar o meu trabalho". Esta situação revela que, os alunos perceberem a vantagem de utilizar as fontes de informação científica como forma de acrescentar valor ao trabalho académico. Em termos de comportamento de pesquisa bibliográfica, também verificámos que os entrevistados utilizavam na licenciatura fontes impressas e o Google (internet) para procurar informação, o que está em consonância com os resultados do questionário (Gráfico 5:a).

Assim, a mudança no comportamento revela a importância e o impacto do serviço ao conseguir mostrar os benefícios oriundos da utilização dos recursos eletrônicos, nomeadamente no acesso à informação científica, *"sem sombra de dúvida, mudei completamente a abordagem na pesquisa bibliográfica"* (E5). Os resultados do questionário (tabela 12 e 13) mostram a existência de uma relação entre o ciclo de estudos e o tipo de pesquisa bibliográfica, isto é, os alunos de mestrado pesquisam mais em bases de dados eletrônicas.

Para os alunos, quando questionados - *"Sem o apoio do serviço considera que as pesquisas bibliográficas teriam sido mais ou menos eficazes? Valeu a pena?"*, responderam que valeu a pena utilizar o serviço e devido ao apoio que receberam as pesquisas bibliográficas foram mais eficazes. Da análise à literatura subjacente a este estudo, percebemos que a **avaliação** ocorre quando o cliente ou consumidor compara os benefícios recebidos do bem ou serviço com suas expectativas e a este propósito, E1 menciona *"os resultados foram os esperados e a minha expectativa foi superada"*.

O conceito de **valor** é definido pelo cliente e no caso particular das bibliotecas, pelo utilizador, que percebe o valor através dos benefícios, *"o trabalho teria sido menos eficaz, foi essencial para a dissertação (...)"* (E3), ainda de acordo com E4 *"Acho que aumenta a eficácia e aumenta a possibilidade de um bom desempenho na dissertação. Vale a pena insistir com o serviço"*. Os resultados mostram que a eficácia no trabalho e o aumento da possibilidade de um bom desempenho são benefícios percebidos.

Ainda no que respeita aos benefícios percebidos, os entrevistados são de opinião que pesquisar nos recursos de informação disponibilizados pelas bibliotecas traz mais-valias, *"porque permite uma abrangência de conhecimentos e a possibilidade de localizar informação que vai melhorar a qualidade do trabalho"* (E5). Segundo o entrevistado E17 *"enriquece bastante e os professores vão verificar as fontes utilizadas. Também para os futuros alunos vai ser útil pois o nosso trabalho pode vir a ajudar (...)"*.

Relativamente à questão - *"Na sua opinião que aspetos da biblioteca seriam mais úteis para o desempenho académico da biblioteca?"* os entrevistados reforçaram a importância da existência de: i) espaços colaborativos; ii) acompanhamento por parte dos colaboradores das bibliotecas; iii) formação *"devia haver mais formação para a licenciatura e acho que se devia começar pelos professores para estes incentivarem os alunos de maneira a não pesquisarem só no Google"* (E9); iv) continuidade e reforço de serviços como o de apoio e referência, bem como, mais profissionais de informação a prestar este serviço na biblioteca do ISCA-UA. As bibliotecas podem ser a extensão da aula na medida em que *"o material disponibilizado nas salas de aula como os slides não é suficiente para estudar e é necessário socorrermos-nos de outras fontes de informação"* (E3).

Relativamente à última questão "*Aconselharia o serviço e a biblioteca a futuros alunos?*" os alunos entrevistados responderam que sim, conforme **E17** "Claro que sim, acho que *esta biblioteca pode ser um bom apoio para estudar e trabalhar*". Na análise dos resultados do questionário, observámos um número maior de alunos que aconselham as bibliotecas da UA (Tabela 14). Também verificámos que há uma correlação significativa entre a frequência das bibliotecas e a variável "*Aconselho a utilização das bibliotecas da UA aos meus colegas*" (tabela 15).

6.4 ANÁLISE DOS RESULTADOS E AVALIAÇÃO DO IMPACTO DO SERVIÇO

Tendo em conta as questões de investigação levantadas, considerámos importante uma análise integrada dos resultados. Assim, quando se fala na aplicação de marketing, a aceitação de um serviço ou recurso da biblioteca por parte da comunidade, será maior se tiver sido alvo de uma cuidadosa análise sobre o público-alvo e o seu ambiente. Contudo, alunos, docentes e investigadores têm necessidades diferentes, nas quais, as bibliotecas devem concentrar os seus esforços, adaptando os serviços e produtos a cada tipo de utilizador e investindo tempo nos relacionamentos como um fator chave para a criação de valor. O que podem as bibliotecas fazer para se tornarem num suporte indispensável ao ensino e à aprendizagem? Esta questão implica conhecer a perceção da comunidade académica no que respeita ao valor das bibliotecas, bem como, a sua experiência na utilização dos serviços e produtos oferecidos, isto porque, se não os usam, há que determinar as causas (Henczel, 2006).

A avaliação dos serviços das bibliotecas prende-se também com a medição do impacto, cujo enfoque se deve situar nos resultados do serviço e não apenas na sua eficiência. Por outro lado, segmentar não é uma tarefa fácil, trata-se de identificar grupos de utilizadores e direcionar os serviços de acordo com os seus interesses, isto porque, os benefícios percebidos variam de grupo para grupo. Neste estudo, os resultados do questionário permitiram identificar grupos quanto a comportamentos de utilização dos serviços e recursos. Neste contexto, o resultado da segmentação vai permitir oferecer serviços ajustados às necessidades de cada segmento. Por outro lado, identificar necessidades e situações críticas vai permitir também acrescentar valor aos serviços, no sentido que, a qualidade depende da capacidade das bibliotecas em oferecerem serviços adequados às necessidades dos utilizadores. Neste contexto, apresentamos no quadro seguinte as situações identificadas como críticas:

Situações identificadas como críticas/necessidades (diagnóstico)			
Serviços e Recursos de informação		Evidências físicas	Observações
<p>A experiência dos alunos com as bibliotecas revela uma atitude de rotina. Os alunos frequentam a biblioteca para dar resposta a necessidades informacionais básicas.</p> <p>Os resultados mostram uma média de utilização baixa dos serviços e recursos de informação.</p> <p>Serviços e recursos menos utilizados:</p> <p>i) Materiais de apoio elaborados pelas bibliotecas.</p> <p>ii) formação e workshops.</p> <p>iii) recursos de informação eletrónicos.</p> <p>iv) serviço de apoio e referência.</p> <p>Os alunos preferem pesquisar a informação na internet, sozinhos. No entanto, os alunos de mestrado já utilizam os recursos de informação eletrónicos e o Google académico.</p>	<p>Os alunos do ISCA-UA solicitam pouco o apoio dos colaboradores das bibliotecas da UA e fazem-no basicamente, para localizar livros na sala de leitura (tabela 9).</p> <p>Apesar do 2º ciclo atribuir um grau de importância maior a esta variável, é o item à qual os alunos em geral atribuíram menos importância (tabelas 16:17).</p> <p>No que respeita ao fundo impresso, consideram o número de exemplares dos livros insuficiente para as necessidades.</p> <p><u>Alternativa de ação:</u></p> <p>Os resultados mostram a necessidade de planear e oferecer os serviços ajustados às necessidades do grupo de licenciatura. A estratégia em termos de promoção pode passar por pedir aos alunos de mestrado que comuniquem o valor dos serviços aos alunos de licenciatura, por exemplo, no decorrer das sessões de formação.</p>	<p>As evidências físicas acrescentam valor aos serviços na medida em que, tornam os serviços tangíveis. Por outro lado, como os alunos devem ser cada vez mais participativos e colaborativos no processo de ensino e aprendizagem, considerámos o espaço físico como um dos pontos fortes e fracos da biblioteca.</p> <p>i) Ponto fraco, no sentido que, os alunos referem a necessidade de espaços maiores, mais amplos, diferenciados e com salas de estudo colaborativo.</p> <p>ii) Ponto forte, no sentido que, os alunos preferem estudar na biblioteca, à qual dão preferência em relação às salas de estudo. Estes consideram que o espaço físico da biblioteca do ISCA-UA é acolhedor e agradável.</p> <p>O espaço físico das bibliotecas é uma variável à qual, os alunos atribuem um grau de importância grande (tabela 16).</p>	<p>Os resultados evidenciaram o seguinte:</p> <p>Apenas respondeu ao questionário um aluno do Curso de Especialização Tecnológica (CET'S). Este indicou que não frequenta as bibliotecas da UA.</p> <p>Um número reduzido de respondentes dos 1ºs anos de licenciatura.</p> <p>Um maior número de respondentes da área da contabilidade.</p> <p>Os alunos do 2º ciclo aludem à necessidade de sensibilizar os alunos de licenciatura para o uso dos serviços e recursos de informação. Os grupos têm um comportamento de procura de informação diferente (tabelas 12:13).</p> <p>Os alunos de mestrado em média aconselham mais a utilização da biblioteca (tabela 11).</p>

Quadro 11. Análise dos resultados do questionário.

Segundo Jacoby and O'Brien (2005), a avaliação dos serviços de referência pode ajudar a demonstrar como as bibliotecas contribuem para atingir os objetivos educacionais, isto porque, a avaliação determina não só o grau de satisfação, mas também estima os benefícios dos serviços prestados. Por outro lado, as evidências proporcionam segundo Germano (2010), histórias e opiniões sobre o valor das bibliotecas. Para o autor, as histórias de serviço informam e levam a mensagem de marketing. A história do serviço é um indicativo da interação entre os alunos e as bibliotecas e possibilita compreender a maneira como o serviço apoia as suas necessidades. Segundo o mesmo autor e como já referido neste estudo, para o marketing de serviços refletir credibilidade deve ser baseado nas histórias contadas pelo público.

Na exploração dos resultados das entrevistas, focámo-nos essencialmente na percepção dos alunos no que concerne: i) à prestação dos colaboradores e profissionais de informação; ii) ao seu conhecimento quanto aos recursos eletrónicos disponibilizados pelas bibliotecas; e iii) à confiança e autonomia adquirida no uso dos recursos de informação. Outro aspeto focado foi as evidências físicas. Com a avaliação do serviço de apoio e referência devemos ser capazes de responder a questões como:

1. Como percebem os alunos a prestação pessoal e profissional dos profissionais de informação da biblioteca do ISCA-UA?
2. Os alunos aprenderam algo com o serviço de apoio e referência?
3. Os alunos sentem-se mais confiantes no que respeita às suas capacidades para procurar informação científica?

Neste âmbito e de acordo com as variáveis que intervêm no estudo (quadro 8) e com os indicadores de impacto criados para avaliação do serviço de apoio e referência (figura 5) apresentamos no quadro seguinte os resultados alcançados:

Variáveis independentes (fatores que podem contribuir para influenciar a variável dependente)		Variáveis dependentes (efeitos)	
Controladas	Não controladas	Resposta comportamental	Indicadores de impacto
<p>Produto (controle da informação – serviços e recursos de informação)</p> <p>Os resultados mostram mudanças a nível de atitude:</p> <p>i) Os alunos reconhecem os benefícios resultantes da utilização dos recursos de informação disponibilizados pelas bibliotecas da UA.</p>	<p>Ciclo de estudos</p> <p>Resultados com diferenças significativas entre grupos:</p> <p>i) Os alunos de mestrado utilizam mais os recursos eletrónicos e os serviços.</p> <p>ii) os alunos de mestrado atribuem um grau de importância e utilidade maior, aos serviços e recursos de informação.</p> <p>iii) Os alunos de mestrado revelam um comportamento diferente na procura de informação. Este tipo de comportamento pode ser um indicador do impacto do serviço de apoio e referência.</p> <p>As variáveis: idade, sexo e área de estudos não apresentaram diferenças significativas para o estudo.</p>	<p>Mudanças a nível Afetivo (atitudes, níveis de confiança, satisfação com o serviço):</p> <p>i) Perceção da utilidade e importância dos recursos eletrónicos.</p> <p>ii) aumento do nível de confiança com os colaboradores e profissionais de informação.</p> <p>iii) aumento do nível de confiança na utilização dos recursos eletrónicos.</p> <p>iv) Os alunos mostraram-se satisfeitos com o serviço de apoio e referência.</p>	<p>Autonomia e maior confiança na utilização dos recursos eletrónicos/bases de dados</p> <p>Os resultados mostram alunos mais motivados, mais preparados e mais confiantes na utilização dos recursos de informação.</p>

Quadro 12. Resultados da avaliação do serviço de apoio e referência (sistematização própria).

Variáveis independentes (fatores que podem contribuir para influenciar a variável dependente)		Variáveis dependentes (efeitos)	
Controladas	Não controladas Fatores de situação	Resposta comportamental	Indicadores de impacto
<p>As pessoas (valor afetivo)</p> <p>Na percepção dos alunos, os colaboradores e profissionais mostraram-se sempre disponíveis e acessíveis.</p> <p>A satisfação não nos indica que a prestação dos colaboradores tenha um impacto direto no desempenho acadêmico. No entanto, os alunos quando satisfeitos têm tendência a repetir a experiência, o que pode contribuir para promover o sucesso acadêmico.</p> <p>Por outro lado, os profissionais de informação podem ter impacto em outros fatores determinantes para o sucesso acadêmico dos alunos, na medida que, de certo modo, desempenham por vezes o papel de tutores.</p>		<p>A nível Comportamental</p> <p>(as pessoas fazem as coisas de maneira diferente - independência nas tarefas, capacidade crítica):</p> <p>Com o apoio do serviço os alunos:</p> <p>i) Sentiram mais confiança e menos dificuldades nas pesquisas bibliográficas;</p> <p>i) Alteraram os hábitos de pesquisa bibliográfica;</p> <p>iii) Sentiram-se mais motivados e “animados” para trabalhar na dissertação;</p> <p>iv) Tornaram-se mais críticos em relação ao tipo de informação encontrada.</p>	<p>Percepção dos benefícios:</p> <p>i) Eficácia e autonomia nas pesquisas bibliográficas;</p> <p>ii) Acesso a informação científica e credível;</p> <p>iii) Aumento da possibilidade de ter um desempenho acadêmico melhor.</p> <p>iv) Tempo ganho (apesar de apenas um respondente (E16) ter mencionado este benefício).</p> <p>Os alunos perceberam o valor do serviço e dos recursos de informação através dos benefícios recebidos. Para um dos respondentes a expectativa foi superada.</p>

Quadro 12. Resultados da avaliação do serviço de apoio e referência (continuação).

Variáveis independentes (fatores que podem contribuir para influenciar a variável dependente)		Variáveis dependentes (efeitos)	
Controladas	Não controladas Fatores de situação	Resposta comportamental	Indicadores de impacto
<p>Evidências físicas (espaço físico da biblioteca)</p> <p>O espaço físico das bibliotecas é muito importante para os alunos. Estes associam o espaço a um ambiente de aprendizagem, de estudo e reflexão.</p> <p>No entanto, a biblioteca do ISCA-UA carece de espaços mais amplos e diferenciados: estudo individual e colaborativo.</p>		<p>Conhecimentos e competências adquiridos:</p> <p>i) Os alunos mostraram um conhecimento maior sobre as fontes de informação disponibilizadas pelas bibliotecas da UA;</p> <p>iii) Os alunos desenvolveram competências e conhecimentos para agir sobre a informação, nomeadamente na análise e exploração de informação científica.</p>	<p>Os alunos aconselham o uso da biblioteca.</p> <p>Os resultados são positivos. Os alunos associam o sucesso académico à biblioteca.</p> <p><i>"Sem dúvida que sim, faz parte do sucesso académico, principalmente no mestrado" (R1)</i></p> <p>Satisfação com o serviço</p> <p>Os resultados das entrevistas refletiram a satisfação dos alunos em relação ao serviço de apoio e referência.</p>

Quadro 12. Resultados da avaliação do serviço de apoio e referência (continuação).

Os resultados analisados segundo a perspectiva do valor percebido serviram para constatar que, na opinião dos alunos, os serviços e recursos de informação são importantes para a aprendizagem e desempenho acadêmico. Os alunos de mestrado percebem melhor o valor da biblioteca, no sentido que, os motivos que os levam a interagir com as bibliotecas lhes exige uma atividade de exploração, análise e avaliação da informação. Por conseguinte, o uso efetivo dos serviços acrescenta valor à informação, aos serviços de informação e ao trabalho acadêmico, conforme estudo efetuado pelos autores Saravecic e Kantor (1997).

Tendo em conta a segunda questão de investigação levantada, *"Qual é o valor dos serviços e recursos das bibliotecas para os alunos?"* os resultados mostram que o valor é uma consequência do efeito da prestação dos serviços e da satisfação dos alunos. Assim, no que respeita a esta questão, os alunos atribuem um nível de importância e utilidade grande aos serviços e recursos de informação (Tabela 16). Como exemplo, em relação aos recursos eletrónicos temos uma média de 4,07 e de 4,14 para os serviços, que se situam no nível três, médias consideradas claramente adequadas, segundo os critérios definidos por Morgado (2000). Também verificámos diferenças entre os alunos de mestrado e licenciatura. Os primeiros atribuem um grau de importância maior aos recursos eletrónicos e aos serviços disponibilizados pelas bibliotecas, o que está em concordância com os resultados das entrevistas.

Por outro lado, segundo a ACRL uma das definições de valor baseia-se na perceção do utilizador relativamente a alternativas e neste sentido, julgamos que o serviço conseguiu ajudar os alunos a perceber o valor da biblioteca, em relação a outras alternativas como o Google. Ainda no que respeita aos recursos de informação eletrónicos, percebemos uma **correlação positiva** entre o ciclo de estudos e o tipo de pesquisas bibliográficas, isto é, os alunos de mestrado pesquisam mais nas bases de dados eletrónicas (Tabela 12).

Quando questionados sobre se os serviços e recursos de informação disponibilizados pelas bibliotecas da UA contribuem para a aprendizagem, há um número maior de respondentes a concordar e a concordar totalmente (Gráfico 6). Também aqui, verificámos uma **correlação positiva** entre a variável *"Os recursos e serviços atualmente fornecidos pelas bibliotecas da UA, contribuem para a minha aprendizagem"* e a variável *"Como classifica o seu desempenho académico no último semestre"*.

Ainda para alguns autores citados no relatório da ACRL, o valor das bibliotecas está mais ligado aos serviços e menos aos produtos. A literatura sobre esta matéria revela ainda a passagem do valor das coleções para a importância da experiência, bem como, a passagem dos recursos de informação para o impacto da formação. Os produtos da informação, livros, revistas, bases de dados eletrónicas, são produzidos fora das bibliotecas. Neste sentido, temos que pensar no valor da biblioteca intrinsecamente ligado aos aspetos dos serviços e à experiência dos bibliotecários.

Embora só por si, a experiência do bibliotecário não seja uma demonstração de valor, a oferta de serviços de valor acrescentado e com qualidade resulta em valor para o utilizador, marca a diferença e acrescenta valor aos serviços de informação e às bibliotecas (ACRL, 2010).

As pessoas são dentro do marketing-mix, o elemento que pode ser capaz de promover nos alunos a vontade de utilizar os serviços, através de um bom atendimento, da amabilidade e da competência. Assim, não podemos deixar de referir que a forma como o serviço é prestado acrescenta valor à biblioteca. Neste sentido e de acordo com os resultados obtidos, verificámos que os profissionais de informação podem fazer a diferença no processo de ensino e aprendizagem, o que responde à terceira questão levantada - *"Os profissionais de informação podem fazer a diferença no processo de aprendizagem do aluno?"* - importa destacar que os resultados mostram diferenças entre os alunos de mestrado e os de licenciatura, no que respeita à variável *"Peço ajuda aos colaboradores das bibliotecas (...)"*. Em relação à questão aberta colocada no questionário *"Se já recebeu ajuda dos bibliotecários, descreva a última experiência e em que medida o ajudou (ou não)"*, os alunos descreveram experiências positivas, no sentido que, consideram os colaboradores das bibliotecas como pessoas importantes para o bom funcionamento da biblioteca.

Os bibliotecários necessitam de medir o valor das bibliotecas não pela sua perspetiva, mas pela dos alunos ou utilizadores. Neste contexto, em relação à última questão - *"Que benefícios percebem os alunos como resultado da interação com as bibliotecas"*, uma das formas de acrescentar valor aos serviços é poupar tempo ao utilizador na procura da informação, para este, o tempo ganho é um importante benefício. Na questão aberta, que se prende com a experiência dos alunos face aos colaboradores das bibliotecas, apenas um respondente referiu o tempo como um benefício. No entanto, esta questão é importante na medida que pode ser vista como uma oportunidade, pois segundo o respondente *"A ajuda foi importante, uma vez, que me poupou tempo de pesquisa que pude disponibilizar na respetiva leitura"*.

Para finalizar reforçamos a ideia de que o valor das bibliotecas resulta da experiência dos utilizadores e da sua avaliação dos serviços e recursos, ou seja, o **valor percebido**. O valor para o utilizador reflete a qualidade do serviço, principalmente quando os benefícios recebidos resultam na melhoria da utilização da informação.

Neste sentido julgamos ter conseguido alcançar o objetivo do estudo, pois percebemos que a utilização do serviço de apoio e referência contribuiu positivamente para o desempenho académico, na medida que os alunos perceberam o seu valor e referiram que o serviço respondeu às suas necessidades e aumentou a possibilidade de terem um melhor desempenho académico.

6.5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Sendo a biblioteca um local por excelência ligado ao ensino e aprendizagem, que disponibiliza recursos de informação, que presta serviços que apoiam os alunos no seu percurso académico, qual o valor das bibliotecas do ensino superior para os alunos? Neste contexto e no que respeita às considerações finais, regressamos à nossa pergunta de partida - Qual o impacto das bibliotecas do ensino superior no processo de ensino e aprendizagem?

Os profissionais de informação gostam de pensar que têm um impacto positivo e direto na aprendizagem e no desempenho académico dos alunos. Contudo, isso só será possível se as bibliotecas investirem mais em bibliotecários de referência que apoiem os alunos no desenvolvimento do conhecimento e os encorajem a usar os recursos eletrónicos. No entanto, acreditamos que os fatores como as pessoas, os serviços, os recursos de informação e o espaço físico podem efetivamente ter impacto na aprendizagem e no desempenho académico dos alunos.

Assim, para finalizar confrontamos os resultados com o nosso corpo de hipóteses verificamos o seguinte:

H₁ – A utilização dos serviços e recursos de informação das bibliotecas contribui positivamente para o desempenho académico.

De acordo com os resultados das entrevistas, a utilização do serviço de apoio e referência contribuiu para a aprendizagem dos alunos. Segundo a ACRL, literacia da informação diz respeito à habilidade em procurar, encontrar, analisar e usar a informação, e ter as competências relacionadas com a oralidade e escrita. Neste sentido, podemos afirmar que os alunos adquiriram competências em literacia da informação. Uma das sugestões da ACRL, é a de que os profissionais de informação saiam da biblioteca e se dirijam às salas de aula e o entrevistado **R16**, vai de encontro a esta sugestão quando refere “ (...) *a biblioteca devia ir no início das aulas falar com os alunos diretamente e insistir presencialmente*”.

Apesar dos resultados das entrevistas mostrarem mudanças no comportamento dos alunos de mestrado no que respeita à utilização da biblioteca e de procura da informação, os fundos físicos das bibliotecas continuam a ter muito valor (Tabela 17).

H₂ – O espaço físico das bibliotecas promove um ambiente de estudo e aprendizagem.

As evidências físicas são muito importantes na medida em que determinam a forma como os utilizadores percecionam os serviços e a qualidade. Um ambiente acolhedor permite criar uma

imagem positiva das bibliotecas e acrescentar valor aos serviços. A biblioteca enquanto espaço físico não perdeu o seu valor, os alunos percebem-no como um benefício no sentido em que, referem a necessidade da biblioteca do ISCA-UA em ter espaços amplos, diferenciados e colaborativos.

"Qual é o valor das bibliotecas enquanto espaço físico?"

Para alguns respondentes, a sala de leitura das bibliotecas é o espaço preferido para estudar, um espaço que devido a características como a sua localização física (no próprio edifício do Instituto) e o facto de concentrar no mesmo espaço vários suportes de informação, convida à concentração, ao estudo e à aprendizagem. No entanto, apesar de implicitamente os alunos perceberem o valor do espaço físico, a qualidade esperada não é a qualidade percebida, o que implica esforços por parte da biblioteca para implementar alternativas que possam de alguma maneira acrescentar valor a esta dimensão. Em relação a esta variável, os alunos atribuem-lhe uma média de importância alta (4,28) e embora a média de satisfação (3,65) seja um valor claramente adequado, não corresponde ao nível de importância que os alunos lhe atribuem.

"Our experience shows that the web and the internet have not made public physical space obsolete for people. People need and want contact and interaction". "In looking back over the millennia, we see that the value of the library as place has evolved" (Weise, 2006, pp. 11-12).

Para finalizar pensamos que uma das estratégias na qual devemos continuar a insistir passa pelo desenvolvimento de parcerias com os docentes, isto porque, a interação que se cria nos relacionamentos, ajuda a produzir informação que pode ajudar a aprofundar as relações com os alunos e a implementar ações que visem a promoção do sucesso académico. "Trata-se de, em cada oportunidade de interação, encontrar a forma mais adequada para pormos em destaque as nossas competências. Trata-se de concretizar um conjunto de iniciativas enquadradas no domínio do marketing da profissão, com especial ênfase no marketing dos relacionamentos" (Amante, 2010, p. 6).

Qualquer biblioteca que tente influenciar o comportamento do seu público-alvo, por exemplo, na utilização regular de determinadas fontes de informação, está já envolvida no marketing (Oliveira, S. M. d., 1985).

6.6 LIMITAÇÕES DO ESTUDO E LINHAS FUTURAS DE INVESTIGAÇÃO

A maioria dos alunos desconhece que os recursos de informação que utilizam, estão disponíveis, porque as bibliotecas os subscrevem e disponibilizam através da rede da universidade, logo, a fonte de onde retiram a informação torna-se invisível. Consequentemente, esta situação pode interferir na maneira como os alunos percebem a utilidade e a importância dos recursos eletrónicos, influenciando as suas respostas em termos de avaliação.

Ainda para alguns autores, as bibliotecas enquanto organizações são vistas como algo social e culturalmente bom, logo parte dos entrevistados poderão responder de acordo com este sentimento, havendo uma maior tendência a responder de maneira neutral ou positiva. Por outro lado, se a expectativa em relação à biblioteca não corresponder às perceções do aluno, as respostas/opiniões tendencialmente serão mais negativas.

Outra limitação que observamos neste estudo é o facto de a variável que avalia o desempenho académico do aluno estar dependente da perceção do mesmo, ou seja, seria interessante fazer a mesma análise com as médias anuais/semestrais do aluno, o que deixa em aberto uma possível futura linha de investigação. Do mesmo modo, seria interessante expandir a metodologia aos restantes alunos das escolas e departamentos da universidade, já que uma das limitações deste estudo, por uma questão prática, foi a seleção da amostra conter apenas alunos do ISCA-UA.

O estudo aqui apresentado suscita algumas linhas futuras de investigação, isto porque, este tipo de trabalhos devem ter continuidade de maneira a providenciar boas práticas nas bibliotecas e melhorias contínuas dos serviços. Neste contexto, uma das linhas de investigação futura e de continuação deste estudo, seria o de validar o indicador de impacto (figura 5) "*Maior diversidade de fontes de informação citadas nas bibliografias*", através da análise do número, tipologia de documentos e fonte das referências bibliográficas apresentadas nas dissertações de mestrado dos alunos, após a defesa das mesmas. O objetivo seria o de verificar se, em resultado do apoio prestado pelo serviço, os alunos mudaram efetivamente os seus hábitos de pesquisa bibliográfica. A apresentação de referências cujas fontes incluam bases de dados de revistas de cariz científico, subscritas pela Universidade, seria um indicador do impacto do serviço.

Para finalizar, sendo a biblioteca parte de uma estrutura organizacional maior, seria de todo o interesse averiguar as expectativas institucionais, de modo a dar resposta às seguintes questões:

- A instituição universitária inclui as bibliotecas nos planos de atividades?
- A instituição e os seus docentes percebem o valor da biblioteca?
- Qual o papel das bibliotecas nos programas para a promoção do sucesso escolar desenvolvidos pelas Universidades?

BIBLIOGRAFIA

- Alharbi, A., e Middleton, M. (2012). The relationship between academic library usage and educational performance in Kuwait. *Library Management*, 33(1/2), 86-94. doi: 10.1108/01435121211203347
- Almeida, C. C. d., e Varvakis, G. (2005). Valor e Ciência da informação: serviços de informação baseados na gestão de operações de serviço. *Informação & Sociedade: Estudos*, 15(1), 49-74. Disponível em: <http://www.okara.ufpb.br/ojs2/index.php/ies/article/view/52>
- AMA. (2013). American Marketing Association. *Definition of Marketing* Retrieved 29 abril 2013, from <http://www.marketingpower.com/AboutAMA/Pages/default.aspx>
- Amante, M. J. (2007). *Bibliotecas universitárias: semear hoje para colher amanhã*. Paper presented at the Congresso Nacional de Bibliotecários, Arquivistas e Documentalistas: Políticas de Informação na Sociedade em Rede, Açores. <http://www.bad.pt/publicacoes/index.php/congressosbad/article/view/542/334>
- Amante, M. J. (2010). *Bibliotecas universitárias: conhecer para valorizar*. Paper presented at the Congresso Nacional de Bibliotecários, Arquivistas e Documentalistas: Políticas de Informação na Sociedade em Rede, Guimarães. <http://www.bad.pt/publicacoes/index.php/congressosbad/issue/view/11>
- Antunes, R. (2012). Sondagens e estudos de opinião. *Amostragem por clusters* Retrieved 2 out. 2013, from <http://sondagenseestudosdeopiniao.wordpress.com/>
- Araújo, C. A. S., e Gorgulho, C. F. (2002). A Teoria de Marketing de Serviços: Explorando os elementos do Marketing Mix de Serviços. *Cadernos Discentes COPPEAD*, (15), 32-59. Disponível em: http://www.coppead.ufrj.br/pt-br/upload/publicacoes/CD_15.pdf/
- . Assessing the value of library services. Retrieved 1 junho 2012, from <http://www.emeraldinsight.com/librarians/management/viewpoints/measure.htm?view=print>
- Association of College and Research Libraries. (2010). The value of academic libraries: a comprehensive research review and report (pp. 182). Chicago: Association of College and Research Libraries.
- Baptista, S. G., Costa, M. M., e Neta, M. A. V. V. (2009). Marketing para promoção de produtos e serviços de informação: estudo de caso da Biblioteca da Presidência da República Marketing for information products and services promotion: Brasil Republic Presidency Library'case study. *RDBCI*, 6(2). Disponível em: <http://www.sbu.unicamp.br/seer/ojs/index.php/rbci/article/view/424>
- Bell, S. (2008). Keeping Them Enrolled: How Academic Libraries Contribute to Student Retention. *Library Issues: Briefings for Faculty and Administrators*, 29(1), 1-4. Disponível em: <http://www.libraryissues.com/sub/PDF2901Sep2008.pdf>
- Bento, A. V., e Mendes, G. R. (2007). *A transição do Ensino Secundário para o Ensino Superior: factores contributivos para uma boa adaptação e relação com o sucesso universitário*. Paper presented at the Educação para o Sucesso: políticas e actores. IX Congresso da Sociedade Portuguesa de Ciências da Educação, Funchal.

<http://digituma.uma.pt/bitstream/10400.13/50/1/BentoAdapta%C3%A7%C3%A3o%20dos%20alunos%20%C3%A0%20Universidade.pdf>

- Bowles-Terry, M. (2012). Library Instruction and Academic Success: A Mixed-Methods Assessment of a Library Instruction Program. *Evidence Based Library and Information Practice*, 7(1), 82-95. Disponível em: <http://ejournals.library.ualberta.ca/index.php/EBLIP/article/view/12373>
- Breda, M. d. G. M. d. C. (2012). *O Plano de Marketing em Serviços Públicos: aplicação aos SBDIM da UA*. Mestrado, Universidade de Aveiro.
- Broady-Preston, J., e Lobo, A. (2011a). Measuring the quality, value and impact of academic libraries: the role of external standards. *Performance Measurement and Metrics*, 12(2), 122-135. doi: 10.1108/14678041111149327
- Broady-Preston, J., e Lobo, A. (2011b). Measuring the quality, value and impact of academic libraries: the role of external standards. *Performance Measurement and Metrics*, 12(2), 122-135. Disponível em: <http://www.emeraldinsight.com/journals.htm?articleid=1938041> doi:10.1108/14678041111149327
- Caetano, J., e Rasquilha, L. (2010). *Gestão de Marketing*. Escolar Editora.
- Coletta, T. d. G., e Rosenfeld, H. (2007). Indicadores de desempenho para bibliotecas universitárias: definições e aplicações sob o ponto de vista da literatura. *Perspectivas em Ciência da Informação*, 12(3), 129-141. Disponível em: <http://portaldeperiodicos.eci.ufmg.br/index.php/pci/article/viewFile/152/11>
- Costa, A. F. d., e Lopes, J. T. (2008). Relatório Final. *Os Estudantes e os seus trajectos no Ensino Superior: Sucesso e Insucesso, Factores e Processos, Sucesso e Insucesso, Factores e Processos, Promoção de Boas Práticas*
- Retrieved 20 maio 2012, from http://etes.cies.iscte.pt/Ficheiros/relatorio_ETES_completo.pdf
- Cota, B. V. (2006). *Manual de Marketing de Serviços*. Lisboa: Universidade Lusíada Editora.
- Coutinho, C. P. (2011). *Metodologia de Investigação em Ciências Sociais e Humanas: teoria e prática*. Coimbra: Edições Almedina.
- Dawson, O. (2011). Difference Between Quality and Value. Retrieved from <http://www.differencebetween.com/difference-between-quality-and-vs-value/>
- Durrance, J. C., e Fisher, K. E. (2003). Determining How Libraries and Librarians Help. *Library trends*, 51(4), 305-334. Disponível em: <http://www.durrance.people.si.umich.edu/infoprofedu/japan/trends.pdf>
- Emmons, M., e Wilkinson, F. C. (2011). The Academic Library Impact on Student Persistence. *College & Research Libraries*, 72(2), 128-149.
- Ferreira, Â. G., Ribeiro, J. A. C., Andrade, J. Â. D., Ascensão, M. M. d. S., e Sousa, P. M. F. d. S. e. (2008). A Diferenciação como Estratégia: Plano de Marketing para o Instituto Politécnico do Porto *Marketing de Serviços Públicos: Casos de Estudo* (pp. 101-128). Lisboa: Escolar Editora.

- Ferreira, B., Marques, H., Caetano, J., Rasquilha, L., e Rodrigues, M. (2012). *Fundamentos de Marketing*. Lisboa: Edições Sílabo.
- Freitas, A. L. P., Bolsanello, F. M. C., e Viana, N. R. N. G. (2008). Avaliação da qualidade de serviços de uma biblioteca universitária: um estudo de caso utilizando o modelo Servqual. *Ciência da Informação*, 37(3), 88-102. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/ci/v37n3/v37n3a07.pdf>
- Germano, M. A. (2010). Narrative-based library marketing: Selling your library's value during tough economic times. *Bottom Line: Managing Library Finances, The*, 23(1), 5-17. Disponível em: <http://www.emeraldinsight.com/journals.htm?issn=0888-045x&volume=23&issue=1&articleid=1864126&show=html> doi:10.1108/08880451011049641
- Gomes, P. (2008). Valor, satisfação e qualidade. Retrieved from <http://mktvendas.blogspot.pt/2008/08/valor-satisfao-e-qualidade.html>
- Guimarães, M. C. S., Lins, E. G., Rodrigues, J. G., Lamarão, C. C., Silva, V. G. d., e Silva, D. R. d. (2006). Indicadores de desempenho de bibliotecas na Fiocruz: um caminho em construção. *Ciência da Informação*, 35(3), 248-254. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/ci/v35n3/v35n3a24.pdf>
- Han, S., Wong, R., e Webb, T. D. (2011). Uncovering Meaningful Correlation between Student Academic Performance and Library Material Usage. *College & Research Libraries*, 72(4), 361-371. Disponível em: <http://crl.acrl.org/content/72/4/361.full.pdf+html>
- Henczel, S. (2006). Measuring and evaluating the library's contribution to organisational success: developing a strategic measurement model. *Performance Measurement and Metrics*, 7(1), 7-16. Disponível em: <http://www.emeraldinsight.com/journals.htm?articleid=1546245> doi:10.1108/14678040610654819
- Hiller, S. (2002). "But What Does It Mean?" Using Statistical Data for Decision Making in Academic Libraries. Paper presented at the Statistics in Practice - Measuring and Management. <http://www.lboro.ac.uk/microsites/infosci/lisu/downloads/statsinpractice-pdfs/hiller.pdf>
- Inácio, A., Goulão, c., e Vieira, T. (2008). O Marketing Mix do CD-ROM: "O País em Números" *Marketing de Serviços Públicos: Casos de Estudo* (pp. 226): Escolar Editora.
- ISCA-UA. (2013). Instituto Superior de Contabilidade e Administração de Aveiro. *História* Retrieved 20 abril 2013, from <http://www.ua.pt/isca/PageText.aspx?id=3717>
- Jackson, H. L., e Hahn, T. B. (2011). Serving Higher Education's Highest Goals: Assessment of the Academic Library as Place. *College & Research Libraries*, 72(5), 428-442. Disponível em: <http://crl.acrl.org/content/72/5/428.abstract>
- Jacoby, J., e O'Brien, N. P. (2005). Assessing the impact of reference services provided to undergraduate students. *College and Research Libraries*, 66(4), 324-340. Disponível em: <http://crl.acrl.org/content/66/4/324.abstract>
- Jantti, M. H., e Cox, B. (2011). *Measuring the value of library resources and student academic performance through relational datasets*. Paper presented at the Proceedings of the Library Assessment Conference : Building Effective, Sustainable, Practical Assessment, Baltimore, Maryland. <http://works.bepress.com/mjantti/4/>

- Kahtalian, M. (2002). Marketing de Serviços Coleção Gestão Empresarial, Vol. 2. (pp. 72). Retrieved from <http://www.unifae.br/publicacoes/pdf/mkt/2.pdf>
- Kavulya, J. M. (2004). Marketing of library services: a case study of selected university libraries in Kenya. *Library Management*, 25(3), 118-126. doi: 10.1108/01435120410522334
- Kotler, P. (1998). *Administração de Marketing: análise, planejamento implementação e controle* (5ª ed. ed.). São Paulo: Editora Atlas.
- Kotler, P., e Armstrong, G. (2007). *Princípios de Marketing*. São Paulo: Pearson Prentice Hall.
- kotler, P., e Keller, K. L. (2006). *Administração de marketing* (12 ed.). São Paulo: Prentice Hall.
- Kuh, G. D., e Gonyea, R. M. (2003). The Role of the Academic Library in Promoting Student Engagement in Learning. *College & Research Libraries*, 64(4), 256-282. Disponível em: <http://crl.acrl.org/content/64/4/256.full.pdf>
- Laureano, R. M. S. (2011). *Testes de Hipóteses com o SPSS: o meu manual de consulta rápida*. Lisboa: Edições Sílabo.
- Lendrevie, J., Lindon, D., Dionísio, P., e Rodrigues, V. (1999). *Mercator: Teoria e Prática do Marketing*. Lisboa: Publicações Dom Quixote.
- LGTI. (2005). Serviços e valor: conceitos básicos. *Laboratório de Gestão Tecnologia e Informação* Retrieved 6 jan. de 2013, from <http://www.lgti.ufsc.br/planejamento/aulas/servicos1a3.pdf>
- Lindauer, B. G. (1998). Defining and Measuring the Library 's Impact on Campuswide Outcomes. *College & Research Libraries*, 59(6), 546-570. Disponível em: <http://crl.acrl.org/content/59/6/546.full.pdf>
- Lindon, D., Lendrevie, J., Lévy, J., Dionísio, P., e Rodrigues, J. V. (2008). *Mercator XXI: teoria e prática do marketing* (11ª ed.). Lisboa: Dom Quixote.
- Lobo, J. R. M., Duque, L. P., Segheto, I., Oliveira, L. O. d. F., e Rodriguez, M. V. R. y. (2008). *O uso da escala SerVqual para avaliar a percepção de valor na prestação de serviços de manutenção de computadores*. Paper presented at the IV Congresso Nacional de Excelência em Gestão: Responsabilidade Socioambiental das Organizações Brasileiras, Niterói, Brasil. http://www.excelenciaemgestao.org/Portals/2/documents/cneg4/anais/T7_0100_0146.pdf
- Lovelock, C., e Wirtz, J. (2011). *Services Marketing: People, Technology, Strategy* (7 ed.). Boston: Pearson Education Limited.
- Maculan, B. C. M. d. S., Cota, A. C. L., Rocha, J. d. S., e Duarte, A. B. S. (2011). Levantamento de usos e usuários: Biblioteca do Curso de Biblioteconomia da Universidade Federal de Minas Gerais. *Múltiplos Olhares em Ciência da Informação*, 1(1), 1-15. Disponível em: <http://portaldeperiodicos.eci.ufmg.br/index.php/moci/article/viewFile/1223/823>
- Madhusudhan, M. (2008). Marketing of Library and Information Services and Products in University Libraries: a case study of Goa University Library. *Library Philosophy and Practice (e-journal)*, 1-6.

- Malhotra, N. K. (2006). *Pesquisa de marketing : uma orientação aplicada* (4 ed.). Porto Alegre: Bookman.
- Marques, E. d. S., e Oliveira, M. L. A. d. (2008). Balanced Scorecard: Strategic and Competitive Tool in Libraries. *Revista Brasileira de Biblioteconomia e Documentação*, 4(2), 105-115.
- Mattar, F. N. (2007). *Pesquisa de marketing* (4ª ed.). São Paulo: Editora Atlas.
- Melo, L. B., e Sampaio, M. I. C. (2010). *Medição da Qualidade em Bibliotecas e Centros de Informação: Novos Indicadores de Desempenho*. Paper presented at the 10º Congresso Nacional de Bibliotecários, Arquivistas e Documentalistas: Políticas de Informação na Sociedade em Rede, Guimarães. <http://eprints.rclis.org/15455/>
- Mi, J., e Nesta, F. (2006). Marketing library services to the Net Generation. *Library Management*, 27(6/7), 411 - 422. Disponível em: <http://www.emeraldinsight.com/journals.htm?issn=0143-5124&volume=27&issue=6/7&articleid=1563536&show=html> doi:10.1108/01435120610702404
- Monteiro, T. A., Pizzinatto, N. K., e Spers, E. E. Estratégias no planejamento de marketing para Serviços Culturais: um estudo em instituição de ensino musical. 1-18. Disponível em: http://www.aedb.br/seget/artigos06/937_Marketing%20de%20Servicos%20Culturais_oficial.pdf
- Morgado, J. C. (2000). *A (Des)Construção da Autonomia Curricular*. Edições ASA.
- Morigi, V. J., e Pavan, C. (2004). Tecnologias de informação e comunicação: novas sociabilidades nas bibliotecas universitárias. *Ciência da Informação*, 33(1), 117-125. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/ci/v33n1/v33n1a14.pdf> doi:<http://dx.doi.org/10.1590/S0100-19652004000100014>
- Nagata, H., Toda, A., e Kytömäki, P. Students' Patterns of Library Use and Their Learning Outcomes. Disponível em: <http://www.kc.tsukuba.ac.jp/div-comm/pdf/report0704.pdf>
- Norma portuguesa : NP : ISO 11620 : 2004 : informação e documentação : indicadores de desempenho de bibliotecas*. (2005). Caparica: IPQ.
- O'Brien, S. Academic Libraries and Retention. Disponível em: <http://www.librarysean.com/files/Academic%20libraries%20and%20Retention.pdf>
- Ochôa, P., e Pinto, L. G. (2007). *Estratégias de gestão baseada em evidências: investigação e prática em serviços de informação*. Paper presented at the 9º Congresso Nacional de Bibliotecários, Arquivistas e Documentalistas: Bibliotecas e Arquivos - informação para a cidadania, o desenvolvimento e a inovação, Ponte Delgada. <http://www.bad.pt/publicacoes/index.php/congressosbad/article/view/515/pdf>
- Ochôa, P., e Pinto, L. G. (2012). *Contextos emergentes da excelência*. Paper presented at the 11º Congresso Nacional de Bibliotecários, Arquivistas e Documentalistas: Integração, Acesso e Valor Social, Lisboa. <http://www.bad.pt/publicacoes/index.php/congressosbad/article/view/299>
- Oliveira, D. F. L. (2011). *Comunicação de Marketing nos Serviços de Documentação e Informação da FEUP*. Mestrado em Ciência da Informação, Faculdade de Engenharia da Universidade

- do Porto, Porto. Retrieved from <http://repositorio-aberto.up.pt/bitstream/10216/61353/1/000148626.pdf>
- Oliveira, J. V. (2012). *Marketing Research: Investigação em Marketing* (Vol. 1). Lisboa: Edições Sílabo.
- Oliveira, S. M. d. (1985). Marketing e sua aplicação em bibliotecas: uma abordagem preliminar. *Ciência da Informação*, 14(2). Disponível em: <http://revista.ibict.br/ciinf/index.php/ciinf/article/viewArticle/1439>
- Pardal, L., e Lopes, E. S. (2011). *Métodos e Técnicas de Investigação Social*. Porto: Areal Editores.
- Payne, P. (2006). The LIRG/SCONUL Impact Initiative: assessing the impact of HE libraries on learning, teaching, and research. *Library and Information Research*, 30(96), pp. 2 -12. Disponível em: <http://eprints.bbk.ac.uk/447/1/payne3.pdf>
- Payne, P., e Conyers, A. (2005). Measuring the impact of higher education libraries: the LIRG/SCONUL impact Implementation Initiative. *Library & Information Research*, 29(91). Disponível em: <http://eprints.bbk.ac.uk/148/1/Payne1.pdf>
- Pinto, L. G. (2010). *Estratégias de valorização social do papel das bibliotecas públicas europeias na Aprendizagem ao Longo da Vida*. Paper presented at the 10º Congresso Nacional de Bibliotecários, Arquivistas e Documentalistas: Políticas de Informação na Sociedade em Rede, Guimarães. <http://www.bad.pt/publicacoes/index.php/congressosbad/article/view/221>
- Plosker, G. R. (2002). Conducting User Surveys: An Ongoing Information Imperative. *Online*, 26(5), 64. Disponível em: <http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=a9h&AN=7304308&site=ehost-live>
- Ponte, J. P. (1994). O estudo de caso na investigação em educação matemática. *Quadrante*, 3(1), 3-18. Disponível em: [http://www.educ.fc.ul.pt/docentes/jponte/docs-pt%5C94-Ponte\(Quadrante-Estudo%20caso\).pdf](http://www.educ.fc.ul.pt/docentes/jponte/docs-pt%5C94-Ponte(Quadrante-Estudo%20caso).pdf)
- Poll, R. (2003). Measuring impact and outcome of libraries. *Performance Measurement and Metrics*, 4(1), 5-12. Disponível em: <http://www.emeraldinsight.com/journals.htm?articleid=862311> doi:10.1108/14678040310471202
- Proença, J. F. (2008). O marketing de serviços públicos e o e-government: aplicação ao gabinete do município da cidade do Porto *Marketing de Serviços Públicos* (pp. 209-224). Lisboa: Escolar Editora.
- Rados, G. J. V., Valerim, P., e Blattmann, U. (1999). Valor agregado a serviços e produtos de informação. *Informativo CRB 14/ACB*, 9(1), 11-12. Disponível em: <http://www.ced.ufsc.br/~ursula/papers/valor.html>
- Rebello, M. A. d. F. R. (2004). Avaliação da qualidade dos produtos/serviços de informação: uma experiência da biblioteca do Hospital Universitário da Universidade de São Paulo. *Revista Digital de Biblioteconomia e Ciência da Informação*, 2(1), 80-100. Disponível em: http://eprints.rclis.org/6463/1/v._2%2C_n._1%2C_p._80-100.pdf

- Rebelo, A. m. d. S. (2011). *A biblioteca Universitária: desafios e oportunidades para o profissional de informação*. Mestrado, Universidade Fernando Pessoa, Porto. Retrieved from http://bdigital.ufp.pt/bitstream/10284/3177/1/DM_12730.pdf
- Rocha, A. d., e Silva, J. F. d. (2006). Marketing de serviços: Retrospectiva e Tendências. *RAE Clássicos*, 46(4), 79-87. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/rae/v46n4/v46n4a08.pdf>
- Saracevic, T., e Kantor, P. B. (1997). Studying the value of library and information services. Part I. Establishing a theoretical framework. *Journal of the American Society for Information Science*, 48(6), 527-542. Disponível em: <http://comminfo.rutgers.edu/~tefko/JASIS1998value1.pdf> doi:10.1002/(SICI)1097-4571(199706)48:6<527::AID-ASI6>3.0.CO;2-W
- Sconul Impact Initiative. An Outline in 15 Steps. *Society of College, National and University Libraries* Retrieved 25 set 2012, from <http://vamp.diglib.shrivenham.cranfield.ac.uk/impact/impact-initiative/doing-impact-evaluation-an-outline/an-outline-in-15-steps-not-yet-published>
- SECABA LAB. (2008). *SECABA: Grupo de Investigación en Evaluación y Calidad* Retrieved 20 maio 2012, from <http://sci2s.ugr.es/secaba/index.php>
- Segurado, T., e Amante, M. J. (2010). *Avaliar para melhorar: o caso da Biblioteca do ISCTE-IUL*. Paper presented at the Congresso Nacional de Bibliotecários, Arquivistas e Documentalistas: Políticas de Informação na Sociedade em Rede, Guimarães. <http://www.bad.pt/publicacoes/index.php/congressosbad/issue/view/11>
- Segurado, T. M. C. F. (2009). *A Informação Estatística na Tomada de Decisão das Bibliotecas do Ensino Superior em Portugal A Informação Estatística na Tomada de Decisão das Bibliotecas do Ensino Superior em Portugal*. Mestrado, Universidade de Évora. Retrieved from <http://repositorio-iul.iscte.pt/bitstream/10071/2137/1/TESE%20UTILIZA%C3%87%C3%83O%20IE%20VRS%20FINAL.pdf>
- Silva, F. C. C. d., Schons, C. H., e Rados, G. J. V. (2006). A gestão de serviços em bibliotecas universitárias: proposta de modelo. *Informação & Informação*, 11(2). Disponível em: <http://www.uel.br/revistas/uel/index.php/informacao/article/view/1691/1442>
- Silva, M. C. S. (2008). *Marketing em bibliotecas universitárias*. Paper presented at the Seminário Nacional de Bibliotecas Universitárias, São Paulo. <http://www.sbu.unicamp.br/snbu2008/anais/site/pdfs/2640.pdf>
- Simmel, L. (2007). Building your value story and business case: observations from a marketing faculty and (former) librarian perspective. *College & Research Libraries News*, 68(2), 81-91.
- Sousa, A. B. d. (2005). *Investigação em educação*. Lisboa: Livros Horizonte
- Sousa, M. M. d. (2009). *A biblioteca universitária como ambiente de aprendizagem no ensino superior*. Dissertação de Mestrado em Ciência da Informação, Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo, São Paulo. Retrieved from <http://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/27/27151/tde-20102009-153956/pt-br.php>

- Spalding, H. H., e Wang, J. (2006). The challenges and opportunities of marketing academic libraries in the USA: experiences of US academic libraries with global application. *Library Management*, 27(6/7), 494-504. Disponível em: <http://www.emeraldinsight.com/journals.htm?articleid=1563543> doi:10.1108/01435120610702477
- Streatfield, D., e Markless, S. (2009). What is impact assessment and why is it important? *Performance Measurement and Metrics*, 10(2), 134-141. Disponível em: <http://www.emeraldinsight.com/journals.htm?articleid=1819366&show=html> doi:10.1108/14678040911005473
- Teixeira, M. E. P., e Filho, J. R. d. F. (2008). *Avaliação dos serviços de bibliotecas: estudo de caso UFF*. Paper presented at the IV Congresso Nacional de Excelência em Gestão: Responsabilidade Socioambiental das Organizações Brasileiras, Niterói, Brasil. http://www.excelenciaemgestao.org/Portals/2/documents/cneg4/anais/T7_0019_0446.pdf
- Tenopir, C. (2012). Beyond usage: measuring library outcomes and value. 33(1/2), 5-13. Disponível em: <http://www.emeraldinsight.com/journals.htm?articleid=17012705> doi:10.1108/01435121211203275
- UA. (2013). Universidade de Aveiro. *A UA apresenta-se* Retrieved 20 abril 2013, from <http://www.ua.pt/PageText.aspx?id=151>
- Veludo-de-Oliveira, T. M., e Ikeda, A. A. (2005). O conceito de valor para o cliente: definições e implicações gerenciais em marketing. *Revista Eletrônica de Gestão Organizacional*, 3(1), 40 - 52. Disponível em: <http://www.revista.ufpe.br/gestaoorg/index.php/gestao/article/view/132>
- Vieira, J. M. C. (2000). *Inovação e Marketing de Serviços*. Lisboa: Editorial Verbo.
- Vilelas, J. (2009). *Investigação: o processo do conhecimento*. Lisboa: Edições Sílabo.
- Weiner, B. (2007). Measuring Your Impact: Using Evaluation to Demonstrate Value Marketing: Making a Case for Your Library Retrieved 7 abril 2013, from http://nnlm.gov/evaluation/workshops/measuring_your_impact/Marketing-article.pdf
- Weise, F. (2004). Being there: the library as place. *J Med Libr Assoc*, 92(1), 6-13. Disponível em: <http://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC314099/pdf/i0025-7338-092-01-0006.pdf>
- Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., e Gremler, D. D. (2006). *Services Marketing: integrating customer focus across the firm* (4ª ed.): McGraw - Hill.

ANEXOS

ANEXO 1. QUESTIONÁRIO "O IMPACTO DAS BIBLIOTECAS DO ENSINO SUPERIOR NO PROCESSO DE APRENDIZAGEM"

Impacto das bibliotecas universitárias no processo de ensino e aprendizagem:

Caros alunos

No âmbito da dissertação de mestrado que estou a desenvolver em Marketing, sob a orientação do Prof. Doutor José Albergaria, venho solicitar a vossa colaboração. Com o inquérito por questionário pretendo analisar a experiência dos alunos do ISCA-UA, com as bibliotecas da Universidade de Aveiro (UA). Este trabalho tem por objetivo perceber em que medida as bibliotecas contribuem e têm impacto na aprendizagem e desempenho académico. Todas as informações e dados pessoais recolhidos são estritamente confidenciais. O tempo necessário para o preenchimento do questionário é de aproximadamente 8 a 10 minutos. A sua colaboração é muito relevante e por esse facto venho agradecer-lhe antecipadamente.

Sexo *

- ☐ Feminino
☐ Masculino

Assinale a sua situação académica *

- ☐ Aluno(a) do 1º Ciclo (licenciatura)
☐ Aluno(a) do 2º Ciclo (mestrado)
☐ Aluno(a) do Curso de Especialização em Finanças
☐ Aluno(a) do Curso de Especialização Tecnológica

Idade *

- ☐ < 18
☐ 20-23
☐ 24-29
☐ 30-39
☐ 40-55
☐ > 55

Assinale o ano em que se encontra no 1º Ciclo

- ☐ 1º Ano
☐ 2º Ano
☐ 3º Ano

Indique a sua área de estudos *

- ☐ Contabilidade
☐ Finanças
☐ Marketing
☐ Outro:

Onde reside atualmente? *

- ☐ Nas residências da Universidade
☐ Apartamento com colegas perto da universidade
☐ Apartamento com colegas distante da universidade
☐ Resido com a minha família perto da universidade
☐ Resido com a minha família distante da Universidade, no concelho de Aveiro
☐ Resido com a minha família fora do concelho de Aveiro
☐ Outro:

Com que frequência em média utiliza as bibliotecas da Universidade? *

- ☐ Diariamente
☐ Uma vez por semana
☐ Duas a três vezes por semana
☐ Duas a três vezes por mês
☐ Uma vez por mês
☐ Não frequento

Durante a semana quantas horas passa em média, em atividades relacionadas com a aprendizagem fora da sala de aula? *

Entende-se por atividades fora da sala de aula as horas de estudo em casa, na biblioteca, trabalhos em grupo, pesquisas bibliográficas, etc...

- ☐ 5 horas por semana
☐ 6-15 horas por semana
☐ 11-20 horas por semana
☐ 20-25 horas por semana
☐ 25-30 horas por semana

Se é trabalhador estudante, o trabalho interfere com o seu desempenho académico

1 2 3 4 5
 Não interfere ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Interfere muito

Como classifica o seu desempenho académico no último semestre? *

1 2 3 4 5
 Insuficiente ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Excelente

Experiência

Responda às seguintes questões tendo em conta a sua experiência com os serviços e recursos disponibilizados pelas bibliotecas durante o corrente ano letivo

Utilizo as bibliotecas da UA para *

	Nunca	Raramente	Às vezes	Quase sempre	Sempre
Fazer trabalhos em grupo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Para estudar individualmente	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Estudar em grupo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Encontrar-me com colegas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Requisitar livros e revistas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Utilizar os computadores	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Consultar livros e revistas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Utilizar o Catálogo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Pego ajuda aos colaboradores das bibliotecas da UA *

	Nunca	Raramente	Às vezes	Quase sempre	Sempre
Para localizar os livros na sala de leitura	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Para aprender a utilizar o catálogo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Nas pesquisas bibliográficas nas bases de dados	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Nas pesquisas bibliográficas na Internet	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Na realização dos trabalhos académicos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Para aprender a fazer citações e referências bibliográficas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Utilizo o serviço de apoio e referência *

	Nunca	Raramente	Às vezes	Quase sempre	Sempre
	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Os professores recomendam o uso das bibliotecas *

	Nunca	Raramente	Às vezes	Quase sempre	Sempre
	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Os professores recomendam o uso das bases de dados de revistas e livros eletrônicos *

Nunca	Raramente	Às vezes	Quase sempre	Sempre
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Acedo aos serviços online das bibliotecas da UA *

Página das bibliotecas, blogues das bibliotecas, redes sociais (facebook) , plataforma de e-learning (Moodle).

Nunca	Raramente	Às vezes	Quase sempre	Sempre
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Frequento a formação e workshops realizados pelas bibliotecas da UA *

Nunca	Raramente	Às vezes	Quase sempre	Sempre
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Utilizo os recursos eletrônicos subscritos pela UA *

(ex: Proquest, Emerald, Mylibrary), Portal B-on, Catálogo, Colcat, teses e dissertações em formato digital (ex: RIA, RCAAP)

Nunca	Raramente	Às vezes	Quase sempre	Sempre
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Utilizo o google académico para efetuar pesquisas bibliográficas *

Nunca	Raramente	Às vezes	Quase sempre	Sempre
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Utilizo os tutoriais e os boletins Web elaborados pelas bibliotecas *

ex.: tutorial sobre referências bibliográficas, folha informativa das bibliotecas

Nunca	Raramente	Às vezes	Quase sempre	Sempre
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Encontro as obras indicadas pelos professores nas bibliotecas?

Nunca	Raramente	Às vezes	Quase sempre	Sempre
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Aconselho a utilização das bibliotecas da UA aos meus colegas

Nunca	Raramente	Às vezes	Quase sempre	Sempre
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Quando faço pesquisas bibliográficas prefiro *

Page 3

Após a página 2

Continuar para a página seguinte

Opinião

Na sua opinião, qual o nível de importância/utilidade que atribui aos seguintes serviços e recursos das bibliotecas da Universidade de Aveiro, para a aprendizagem e desempenho académico.

Recursos eletrónicos e plataformas de acesso a recursos atualmente facultados pelas bibliotecas *

Bases de dados de revistas e livros eletrónicos (ex: Proquest, Emerald, Mylibrary), Informação estatística, Portal B-on, Catálogo, Colcat, teses e dissertações em formato digital (ex: RIA, RCAAP)

Muito útil	Útil	Pouco útil	Sem utilidade	Não sei
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Recursos impressos *

Livros e revistas

Muito útil	Útil	Pouco útil	Sem utilidade	Não sei
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Serviços disponibilizados pelas bibliotecas *

Apoio e referência, formação, tutoriais, empréstimo interbibliotecas, serviço de atendimento e empréstimo, entre outros.

Muito útil	Útil	Pouco útil	Sem utilidade	Não sei
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

O apoio e ajuda dos colaboradores das bibliotecas são importantes para o meu desempenho académico *

Muito importante	Importante	Pouco importante	Nada importante	Não sei
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Se já recebeu ajuda dos colaboradores das bibliotecas, descreva a última experiência e em que medida o ajudou (ou não).

As bibliotecas - espaço para estudo e aprendizagem *

Muito útil	Útil	Pouco útil	Sem utilidade	Não sei
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Atividades e eventos realizados pelas bibliotecas *

Conversas informais, exposições, feiras do livro, entre outras

Muito útil	Útil	Pouco útil	Sem utilidade	Não sei
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Quando utilizo o espaço físico das bibliotecas da UA

A minha expectativa é:

Muito positiva	Positiva	Pouco positiva	Nada positiva	Não sei
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Comentários relativamente ao espaço das bibliotecas da UA
Os recursos e serviços atualmente fornecidos pelas bibliotecas da UA, contribuem para a minha aprendizagem

Não concordo totalmente	Não concordo	Indiferente	Concordo	Concordo totalmente
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Satisfação

Responda às seguintes questões tendo em conta o seu nível de satisfação com os serviços e recursos das bibliotecas da Universidade

Os colaboradores das bibliotecas manifestam vontade em ajudar, estão atentos às minhas necessidades e mostram boa disposição

	1	2	3	4	5	
Muito insatisfeito	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Muito satisfeito

Os colaboradores das bibliotecas são capazes de responder às minhas perguntas

	1	2	3	4	5	
Muito insatisfeito	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Muito satisfeito

Os recursos eletrônicos e impressos cobrem as minhas necessidades

	1	2	3	4	5	
Muito insatisfeito	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Muito satisfeito

Os instrumentos para recuperar a informação são fáceis de usar
Catálogo das bibliotecas

	1	2	3	4	5	
Muito insatisfeito	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Muito satisfeito

O espaço das bibliotecas da UA motivam o estudo e a aprendizagem

	1	2	3	4	5	
Muito insatisfeito	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Muito satisfeito

Em geral estou satisfeito com o apoio que recebo nas bibliotecas

	1	2	3	4	5	
Muito insatisfeito	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Muito satisfeito

Obrigada pela atenção, pelo seu tempo e colaboração

ANEXO 2. GUIÃO DA ENTREVISTA

Entrevista aos alunos do Instituto Superior de Contabilidade e Administração da Universidade de Aveiro/Biblioteca do ISCA-UA.

Objetivos da entrevista:

1. Conhecer a perceção dos alunos relativamente ao impacto do serviço de apoio e referência para a aprendizagem e desempenho académico.

2. Avaliar os resultados do serviço.

Legitimação da entrevista	Incentivar o entrevistado a participar; Apresentar o objetivo do estudo ao entrevistado; Assegurar a confidencialidade das informações e do entrevistado; Obter autorização para a gravação da entrevista.	
Designação dos blocos	Objetivos específicos	Questões orientadoras
Bloco 1. Informação académica	Identificar o nível académico do aluno.	<u>Licenciatura:</u> 1. Frequentou a Licenciatura no ISCA-UA? Durante a licenciatura utilizou a biblioteca? <u>Mestrado:</u> 2. Encontra-se a frequentar o ano curricular? 2.a) A trabalhar na dissertação? Já concluiu o mestrado?
Bloco 2. Relação com a biblioteca do ISCA-UA	Conhecer a relação dos alunos com a biblioteca; Perceber se os alunos utilizam ou utilizaram os recursos de informação disponibilizados pelas bibliotecas da UA; Conhecer a perceção dos alunos relativamente ao espaço da biblioteca.	1. Na licenciatura, lembra-se de algum recurso ou serviço que tenha sido particularmente útil para o seu desempenho académico? 2. Durante o mestrado frequentou as sessões de formação disponibilizadas pelas bibliotecas da UA? 3. Utiliza ou utilizou os recursos de informação eletrónicos disponibilizados pela UA? Utilizou os recursos na licenciatura? 4. Considera os recursos de informação disponibilizados adequados às necessidades dos alunos a frequentar o mestrado? Encontrou sempre na biblioteca as fontes de informação que precisava? 5. Que perceção tem da prestação pessoal/profissional dos colaboradores da biblioteca? 6. Como descreveria a sua relação com os colaboradores? 7. Utilizou o serviço de empréstimo interbibliotecas? 8. Relativamente ao espaço da biblioteca, o que têm para me dizer?

Designação dos blocos	Objetivos específicos	Questões orientadoras
Bloco 3. Contributo do serviço de apoio e referência da biblioteca do ISCA-UA.	<p>Analisar a perceção dos alunos relativamente ao contributo da biblioteca;</p> <p>Perceber se os alunos sentiram menos dificuldades nas pesquisas bibliográficas com o apoio prestado; (aquisição de maior autonomia e competências na utilização dos recursos de informação);</p> <p>Avaliar os resultados do serviço.</p>	<p>1. Com o apoio prestado pela biblioteca sentiu-se mais preparado e motivado para utilizar os recursos de informação sozinho(a)? Sentiu menos dificuldades na pesquisa bibliográfica?</p> <p>2.Sentiu-se mais motivado para trabalhar na dissertação?</p> <p>3. O apoio do serviço e o conhecimento dos recursos de informação científica mudou o seu comportamento e hábitos de pesquisa bibliográfica?</p> <p>4.Sem o apoio do serviço considera que a pesquisa bibliográfica teria sido mais ou menos eficaz? Valeu a pena?</p> <p>5. Acha que a pesquisa nos recursos de informação disponibilizados pelas bibliotecas da UA contribuiu para melhorar a qualidade do seu trabalho académico?</p> <p>6.Na sua opinião que aspetos da biblioteca seriam mais úteis para o desempenho académico dos alunos?</p> <p>7.Aconselharia o serviço e a biblioteca a futuros alunos?</p>

Quadro 1. Guião da entrevista aos alunos de mestrado do ISCA – UA (continuação).

ANEXO 3. GRELHA COM O CONTEÚDO DAS ENTREVISTAS

Código	Licenciatura	Mestrado
	1. Frequentou a Licenciatura no ISCA-UA? 1.a) Durante a licenciatura frequentou a biblioteca?	2. Encontra-se a frequentar o ano curricular? 2.a) A trabalhar na dissertação? Já concluiu o mestrado?
E ₁	Frequentei a Licenciatura no ISCA-UA. Utilizei pouco a biblioteca, os docentes não exigem muito durante a licenciatura.	Estou a trabalhar na dissertação. Durante a frequência do mestrado utilizei mais a biblioteca do que durante a licenciatura.
E ₂	Frequentei a licenciatura no ISCA-UA. Sim utilizei.	Estou a frequentar o ano curricular.
E ₃	Sim frequentei. Sim utilizei a biblioteca.	Já conclui o mestrado.
E ₄	Sim frequentei. Há bastante tempo... Sim utilizei.	Estou a trabalhar na dissertação.
E ₅	Frequentei a licenciatura na Universidade do Minho.	A trabalhar na dissertação.
E ₆	Sim e utilizei a biblioteca, mas nunca fui muito amante.	Conclui o mestrado.
E ₇	Sim frequentei. Sim utilizei a biblioteca.	A trabalhar na dissertação.
E ₈	Não frequentei a licenciatura no ISCA-UA.	Já terminei o mestrado.
E ₉	Não frequentei a licenciatura no ISCA-UA.	Já terminei o mestrado.
E ₁₀	Sim frequentei, utilizei a biblioteca só no último ano.	Terminei o mestrado.
E ₁₁	Sim, e não utilizei a biblioteca.	Terminei o mestrado.
E ₁₂	Não, andei na Faculdade de Economia do Porto. Frequentei a biblioteca muitas vezes, claro!	A trabalhar na dissertação.
E ₁₃	Frequentei. Frequentei embora não muito.	A trabalhar na dissertação.
E ₁₄	Frequentei a licenciatura na Universidade de Aveiro. Utilizei muito pouco a biblioteca.	Estou a trabalhar na dissertação, a fazer estágio.
E ₁₅	Frequentei a licenciatura na ESTGA. Utilizei a biblioteca Municipal.	A fazer a dissertação.
E ₁₆	Sim frequentei a licenciatura e a biblioteca.	A trabalhar na dissertação.
E ₁₇	Sim frequentei a licenciatura no ISCA e a biblioteca.	A trabalhar na dissertação.

Bloco 2- Relação com a Biblioteca do ISCA-UA

	2.1 Na licenciatura, lembre-se de algum recurso ou serviço que tenha sido particularmente útil para o seu desempenho acadêmico?	2.2 Durante o mestrado frequentou as sessões de formação disponibilizadas pelas bibliotecas da UA?	2.3 Utiliza ou utilizou os recursos de informação eletrônicos disponibilizados pela UA? Utilizou os recursos na licenciatura?	2.4 Considera os recursos de informação disponibilizados adequados às necessidades dos alunos a frequentar o mestrado? Encontrou sempre na biblioteca as fontes de informação que precisava?	2.5 Que percepção têm da prestação pessoal/profissional dos colaboradores da biblioteca.	2.6 Como descreveria a sua relação com os colaboradores?	2.7 Utilizou o serviço de empréstimo interbibliotecas	2.8 Relativamente ao espaço da biblioteca, o que têm para me dizer.
E ₁	<p>Não me lembro de nenhum serviço ou recurso que tenha sido útil durante a licenciatura.</p> <p><i>Utilizei a biblioteca mas nunca fui muito amante, os docentes não exigem muito durante a licenciatura.</i></p> <p><i>Durante a frequência do mestrado utilizei mais a biblioteca do que durante a licenciatura toda</i></p>	<p>Sim, frequentei as sessões de formação e deviam ter sido mais sessões. Penso que os docentes da disciplina de metodologia deviam ter-se preocupado mais com a formação relativa aos recursos bibliográficos e com a gestão das referências bibliográficas como o Endnote.</p>	<p>Utilizei uma grande parte dos recursos e Bases de Dados, como a Proquest, a Emerald, a Dialnet e o Google Académico.</p> <p>Sozinha não conseguia encontrar os recursos, podia ter encontrado um ou outro, mas desconhecia quase todos. A formação ajudou-me a trabalhar com o Gestor de Referências Bibliográficas.</p> <p>Durante a licenciatura não utilizei os recursos. A licenciatura de Contabilidade exige poucos trabalhos científicos, daí não recorrermos com frequência à biblioteca. Só no 1º ano do mestrado é que tive conhecimento do portal B-ON através da disciplina de Auditoria 1 que exigiu trabalhos mais científicos com um maior rigor e preocupação em analisar artigos e saber fazer citações.</p>	<p>Sim considero e até agora encontrei sempre o que precisava.</p>	<p>Excelente, não tenho razão de queixa, acho que <i>o serviço funciona melhor agora e sempre que peço ajuda nunca ninguém mostrou desagrado.</i></p>	<p>A minha relação é excelente <i>e sei que há alunos do DEGEI que também gostam muito de cá vir.</i></p>	<p>Sim, utilizei algumas vezes</p>	<p>Realmente podia ser maior e estar dividida em espaços ou salas de estudo. As salas de estudo do 1º andar compensam mas devia de haver uma zona de computadores.</p>
E ₂	<p><i>Utilizei o catálogo para pesquisar</i>, no entanto, penso que o sistema devia ser melhorado na pesquisa avançada.</p>	<p>Reuni-me com a bibliotecária da biblioteca do ISCA-UA e frequentei as sessões de formação.</p>	<p>Utilizei as bases de dados como a Proquest, o repositório da universidade o RIA e o portal B-ON. <i>Os docentes solicitaram que fizéssemos as pesquisas no portal B-ON. Confesso que durante a licenciatura não consultei estes recursos com tanta frequência, (mas já os conhecia), pois não sentia necessidade de pesquisar artigos científicos. Só no mestrado é que os docentes começam a pedir determinados trabalhos, enquanto na licenciatura são mais técnicos.</i></p>	<p><i>A nível de livros</i> não considero suficiente nas áreas de auditoria e fiscalidade, devia ser disponibilizada verba para aquisição de bibliografia mais recente nestas áreas, uma biblioteca como a nossa tem necessidade de estar mais atualizada. <i>Penso que os alunos devem dar mais a cara para mostrar o seu desagrado e o que acham importante, as pessoas devem manifestar-se.</i></p> <p><i>Nem sempre encontrei na biblioteca o que necessitava.</i></p>	<p>A percepção que tenho é excelente, os colaboradores na biblioteca central são menos amáveis e parecem não ser tão acessíveis e simpáticas.</p>	<p>A minha relação é excelente.</p>	<p>Não utilizei este serviço.</p>	<p><i>O espaço em si podia estar disposto de outra forma, as estantes deviam estar com outra disposição para criar mais espaço ara estudar.</i> Nas salas de estudo não se consegue estudar porque há mais barulho e como prefiro estudar aqui do que em casa, devia haver menos barulho e mais respeito.</p> <p><i>Haver a possibilidade de os alunos ligarem os seus portáteis, não há fichas para todos.</i></p>

	2.1 Durante a licenciatura, lembra-se de algum recurso ou serviço que tenha sido particularmente útil para o desempenho académico?	2.2 Durante a frequência do mestrado frequentou as sessões de formação disponibilizadas pelas bibliotecas da UA?	2.3 Utiliza ou utilizou as bases de dados e os recursos de informação eletrónicos? Já utilizava durante a licenciatura?	2.4 Considera os recursos de informação disponibilizados adequados às necessidades dos alunos a frequentar o mestrado? Encontrou sempre na biblioteca as fontes de informação que precisava?	2.5 Que perceção têm da prestação pessoal/profissional dos colaboradores da biblioteca.	2.6 Como descreveria a sua relação com os colaboradores?	2.7 Utilizou o serviço de empréstimo interbibliotecas	2.8 Relativamente ao espaço da biblioteca, o que têm para me dizer.
E ₃	Não sabia bem os recursos que tínhamos para utilizar durante a licenciatura, por isso só me lembro da bibliografia em papel.	Sim, frequentei.	Utilizei no mestrado, <i>na licenciatura não, desconhecia os recursos, apenas temos conhecimento dos livros como material para estudar, os professores não falam sobre os outros recursos.</i>	Sempre encontrei o que procurava sem ter que recorrer a outra biblioteca, a minha área é muito específica.	Os colaboradores sempre me ajudaram quando precisei e a disponibilidade que a técnica sempre mostrou ter para me ajudar nos caminhos que devia seguir no meu trabalho.	Foi sempre uma relação muito boa.	Sim utilizei.	<i>Relativamente ao espaço, considero que é bom mas há sempre muito ruído, a biblioteca tem um bom espaço para estudar, pois em casa é mais difícil concentrar-me e aqui podemos tirar duvidas e partilhar com os colegas.</i>
E ₄	Os livros.	Sim.	Sim utilizo, na licenciatura não utilizava porque desconhecia se existiam recursos como atualmente. <i>Na altura em que frequentei a licenciatura não sei se existiam bases de dados de revistas eletrónicas.</i>	Penso que sim, <i>para já não tenho necessidade de mais</i> , costumo encontrar o que procuro.	<i>Não tenho razão de queixa, as pessoas agora são muito prestáveis, antigamente não havia tanta disponibilidade por parte dos funcionários.</i>	Boa.	Não utilizei.	A biblioteca devia ser maior.
E ₅	<i>Utilizava bastante a biblioteca para a base documental. Foi bastante útil para o desempenho académico, e para os trabalhos, os professores premiavam a pesquisa bibliográfica.</i>	Frequentei o apoio e a formação.	<i>Tenho utilizado bastante</i> , antigamente não havia os recursos eletrónicos.	<i>Relativamente aos recursos eletrónicos penso que sim que estão adequados, em relação ao material livros e revistas em papel, nota-se uma desatualização. Nem sempre encontrei o que precisava.</i>	<i>Sempre muito prestáveis, quer no apoio nas pesquisas, quer a tirar qualquer tipo de dúvida.</i>	Considero a relação boa.	Não utilizei.	Espaço muito pequeno.
E ₆	Utilizei o catálogo para pesquisar os livros.	Frequentei a formação e reuni-me com a bibliotecária.	Sim utilizei, não me recordo de ter utilizado estes recursos durante a licenciatura mas se calhar não.	Sim, mas podia haver outros recursos em relação à bibliografia.	Eu gostei, <i>acho que aqui as pessoas são acessíveis.</i>	Normal.	Não.	Muito barulho a estudar, outras vezes reclamam sem razão.
E ₇	Consultei os livros para estudar.	Frequentei a formação.	Na licenciatura nunca utilizei, só agora durante o mestrado.	Sim, embora também tenha ido à biblioteca central relativamente aos livros.	A perceção é boa, <i>estão sempre prontos a ajudar.</i>	Uma relação boa.	Não.	Acho que neste momento já devia ser maior, <i>as salas de estudo não são satisfatórias</i> mas também as pessoas não respeitam os colegas.
E ₈	Não utilizei a biblioteca.	Sim, embora tenha assistido a algumas sessões de formação, na fase final da minha dissertação recorri a apoio para a utilização do recurso de gestão bibliográfica.	Sim, utilizei alguns, mas a minha pesquisa incidiu mais sobre os livros relacionados com o tema que estava a trabalhar e que estavam disponíveis na biblioteca.	Sim, acho que existe informação suficiente.	A prestação é boa.	Boa, mostraram-se sempre disponíveis.	Sim.	<i>A estrutura é ótima, no entanto, carece de espaços de estudo individual.</i>
E ₉	Utilizava a biblioteca durante a licenciatura mas era essencialmente para estudar.	Sim frequentei.	Sim, porque no mestrado o nível de exigência é maior. Na licenciatura não recorria às bases de dados, eram pesquisas mais simples.	Sim relativamente às bases de dados, embora para o tema da minha dissertação, a informação tenha sido mais escassa.	Muito boa, são muito simpáticos.	Foi uma relação muito boa sempre que precisei de ajuda.	Não.	<i>Um bocado pequena, está sempre cheia em altura de exames, de resto acho que está bem.</i>

	2.1 Durante a licenciatura, lembra-se de algum recurso ou serviço que tenha sido particularmente útil para o desempenho académico?	2.2 Durante a frequência do mestrado frequentou as sessões de formação disponibilizadas pelas bibliotecas da UA?	2.3 Utiliza ou utilizou as bases de dados e os recursos de informação eletrónicos? Já utilizava durante a licenciatura?	2.4 Considera os recursos de informação disponibilizados adequados às necessidades dos alunos a frequentar o mestrado? Encontrou sempre na biblioteca as fontes de informação que precisava?	2.5 Que perceção têm da prestação pessoal/profissional dos colaboradores da biblioteca.	2.6 Como descreveria a sua relação com os colaboradores?	2.7 Utilizou o serviço de empréstimo interbibliotecas	2.8 Relativamente ao espaço da biblioteca, o que têm para me dizer.
E ₁₀	Utilizei no último ano da licenciatura a biblioteca para consultar os livros que precisava para os trabalhos académicos.	Não frequentei a formação, só o apoio para a utilização de fontes de informação.	<i>Sim na licenciatura não utilizei, tinha conhecimento mas não sentia necessidade de utilizar.</i>	Sim, apesar de o fundo documental estar desatualizado.	Os colaboradores ajudaram -me.	Boa.	Não.	<i>O espaço é pequeno o que dá origem a que haja muito ruído.</i>
E ₁₁	Não me recordo, não utilizei a biblioteca.	Não frequentei as sessões de formação porque o horário coincidia com o horário de trabalho mas reuni-me com a bibliotecária.	<i>Utilizo mas na licenciatura não utilizei.</i>	Considero que sim.	<i>Para mim foi um ponto de partida, senão andava um bocadinho desorientado. No curso não há uma disciplina específica que nos ajude a pesquisar, o que faz falta.</i>	A relação foi ótima, sempre prestáveis.	Não.	<i>Às vezes barulhenta, os colaboradores devem se impor mais para manter o silêncio na sala de leitura.</i>
E ₁₂	Nada estava informatizado na altura, os colaboradores eram muito importantes, pois é que davam o apoio. Utilizávamos os livros.	Sim, frequentei.	Utilizo agora, quando tirei a licenciatura não havia recursos eletrónicos.	Sim, aqui sim, não precisei de procurar em outro lugar.	<i>Muita boa, perfeitamente acessíveis.</i>	Muito boa.	Não.	<i>O espaço é muito limitado e os recursos tecnológicos também.</i>
E ₁₃	A bibliografia básica recomendada que encontrei na biblioteca.	Frequentei as sessões de formação	Sim, consultei a base de dados de livros eletrónicos.	<i>Suficiente talvez, pode ter mais recursos na área da auditoria.</i>	<i>Educados e prestáveis, o que ajuda muito.</i>	Boa.	Não	<i>Acho que se calhar o ISCA beneficiava em ter uma biblioteca maior, apesar de ter as salas de estudo que também servem.</i>
E ₁₄	Na licenciatura só consultava livros e vinha à biblioteca do ISCA-UA.	Sim, frequentei.	Utilizei o portal B-On na licenciatura, com a formação é que tive conhecimento dos outros recursos, como a Proquest.	Penso que são suficientes e adequados. Sim encontrei o que precisava.	<i>Foram sempre amáveis.</i>	A relação é boa.	Não.	<i>Acho que o espaço está bem, faz falta é uma maior quantidade de livros, pois estão quase sempre requisitados.</i>
E ₁₅	Não utilizei a biblioteca.	Sim.	<i>Utilizo as bases de dados, na licenciatura não utilizei e também só agora no 2º ano do mestrado é que tomamos conhecimento dos recursos de informação.</i>	Por enquanto ainda não senti necessidade de outros, pois tenho encontrado o que preciso. O problema está no número de exemplares disponíveis nos livros, são poucos.	<i>Não tenho razão de queixa.</i>	Boa.	Não.	<i>É um espaço pequeno com poucos livros, apesar de que não sou muito exigente.</i>
E ₁₆	Os livros.	Sim.	Utilizo as bases de dados de revistas eletrónicas. Na licenciatura não utilizei.	Acho que sim, até agora encontrei quase tudo o que necessitava.	<i>Competentes, simpáticos e prestativos, tentam ajudar-nos sempre que precisamos.</i>	Cordial e bem-disposta.	Nunca.	<i>Eu gosto do espaço e passo cá muito tempo, devia haver mais computadores.</i>
E ₁₇	Utilizei muito a biblioteca, os livros e os trabalhos de fim de curso.	Reuni-me com a bibliotecária.	Na licenciatura não utilizei, só agora no mestrado.	Sim bastante.	<i>Bastante positiva, porque para além de verificar que são pessoas profissionais com conhecimentos, gosto da forma como nos abordam, e isso também é importante.</i>	Muito boa.	Sim.	<i>Agradável, devia haver mais computadores, o espaço devia ser maior, os alunos utilizam bastante a biblioteca e isso é mais notório no horário diurno.</i>

Bloco 3- Contributo do serviço de apoio e referência da biblioteca do ISCA-UA

	3.1 Com o apoio prestado pela biblioteca sentiu-se mais preparado e motivado para utilizar os recursos de informação sozinho(a)? Sentiu menos dificuldades na pesquisa bibliográfica?	3.2 Sentiu-se mais motivado para trabalhar na dissertação?	3.3 O apoio do serviço e o conhecimento dos recursos de informação científica mudou o seu comportamento e hábitos de pesquisa bibliográfica?	3.4 Sem o apoio do serviço considera que a pesquisa bibliográfica teria sido mais ou menos eficaz? Valeu a pena?	3.5 Acha que a pesquisa nos recursos de informação disponibilizados pelas bibliotecas da UA contribuiu para melhorar a qualidade do seu trabalho académico?	3.6 Na sua opinião que aspetos da biblioteca seriam mais úteis para o desempenho académico dos alunos?	3.7 Aconselharia o serviço e a biblioteca a futuros alunos?
E ₁	<i>Claro que senti menos dificuldades e já consegui encontrar muitos artigos sozinho, já tenho mais ou menos quarenta referências bibliográficas para a minha dissertação.</i>	Sim senti.	Mudou, agora percebo que o Google não chega e <i>procuro informação mais credível e que tenha sempre algo mais a acrescentar no meu trabalho.</i>	Menos eficaz, valeu a pena, <i>os resultados foram os esperados e a minha expectativa foi superada.</i>	Sem dúvida que sim.	Na minha opinião, agora já temos meios e ferramentas para obter um bom desempenho académico	<i>Sem dúvida que sim, faz parte do sucesso académico, principalmente no mestrado.</i>
E ₂	Sem dúvida, agora sinto menos dificuldades a pesquisar.	<i>Com o apoio do serviço sinto-me mais preparada.</i>	Não alterou o meu comportamento.	Penso que vale a pena usufruir do serviço, pois sem a ajuda a pesquisa bibliográfica tinha sido menos eficaz.	<i>Sim, porque tem mais bases na análise da bibliografia.</i>	<i>A sinalética na sala devia ser mais fácil e haver mudanças na disposição do espaço.</i>	Sem dúvida!
E ₃	Sim porque permitiu ver a forma como os recursos funcionam pois <i>as sessões de formação foram muito práticas, depois senti menos dificuldades a pesquisar em casa.</i>	Senti-me mais motivada e menos perdida.	<i>Mudou pois antigamente só pesquisava na internet no Google, agora já posso utilizar outros recursos.</i>	<i>O trabalho teria sido menos eficaz, foi essencial para a dissertação, as bases de dados permitiram uma pesquisa mais científica.</i>	Sem dúvida que os recursos ajudaram a melhorar o meu trabalho.	Mais formação e a <i>continuidade e reforço de serviços como o de apoio e referência.</i>	<i>Sim, claro, é essencial. O material disponibilizado nas aulas como os slides não é suficiente para estudar, e é necessário socorreremo-nos de outras fontes de informação.</i>
E ₄	Sim, sem a ajuda não conseguia, agora sinto menos dificuldades ao pesquisar.	Sinto-me muito mais motivada, temos mais recursos, o que é mais difícil às vezes é saber qual é a informação correta.	<i>Mudei porque agora não utilizo só o Google.</i>	<i>Acho que aumenta a eficácia e aumenta a possibilidade de um bom desempenho na dissertação. Vale a pena insistir com o serviço.</i>	Ajudam a melhorar significativamente.	<i>A nível da formação, é muito importante dar a conhecer aos alunos de licenciatura os recursos que as bibliotecas disponibiliza e ensinar na pesquisa.</i>	Sem sombra de dúvida.
E ₅	<i>Fiquei mais capaz de procurar a informação que pretendo, senti-me mais autónoma e quando pretendo livros já conheço as funcionalidades do catálogo.</i>	Sim, porque com a procura de determinados temas encontramos outra informação importante para a dissertação, <i>tornando-nos mais entusiasmados.</i>	Sem sombra de dúvida, <i>mudei completamente a abordagem na pesquisa bibliográfica.</i>	Muito menos eficaz, a formação valeu a pena porque desconhecia os recursos de informação que tinha para trabalhar.	<i>Sim porque permite uma abrangência de conhecimentos e a possibilidade de localizar informação que vai melhorar a qualidade do trabalho.</i>	Para além dos fundos documentais que devem ser o mais atualizados possíveis, <i>a biblioteca deve oferecer condições aos alunos para trabalhar em grupo nas bibliotecas de maneira a não destabilizar os colegas que se encontram a estudar.</i>	Sem sombra de dúvida.
E ₆	Sim senti porque as bases de dados são complicadas.	Sim, posso dizer que sim.	Mudei um bocadinho o comportamento na pesquisa de informação <i>e em termos futuros sei que se precisar tenho outras maneiras de obter a informação.</i>	Sem dúvida que menos eficaz.	Sim.	<i>O acompanhamento por parte dos colaboradores é essencial.</i>	Sim.

	3.1 Com o apoio prestado pela biblioteca sentiu-se mais preparado e motivado para utilizar os recursos de informação sozinho(a)? Sentiu menos dificuldades na pesquisa bibliográfica?	3.2 Sentiu-se mais motivado para trabalhar na sua dissertação?	3.3 O apoio do serviço e o conhecimento sobre os recursos para encontrar informação científica mudou o seu comportamento e hábitos na pesquisa bibliográfica?	3.4 Sem o apoio do serviço considera que a pesquisa bibliográfica teria sido mais ou menos eficaz? Valeu a pena?	3.5 Acha que a pesquisa nos recursos de informação disponibilizados pelas bibliotecas da UA contribuiu para melhorar a qualidade do seu trabalho académico?	3.6 Na sua opinião que atributos da biblioteca seriam mais úteis para o desempenho académico dos alunos?	3.7 Aconselharia o serviço e a biblioteca a futuros alunos?
E ₇	Já sinto menos mas ainda tenho dificuldades mas com o tempo vou conseguir, este tipo de <i>pesquisas de informação científica deveria ser exigida na licenciatura.</i>	<i>Com o apoio ganhamos mais animo.</i>	Mudou, agora já tenho mais fontes e recursos de informação, <i>já faço pesquisas nos recursos eletrónicos</i> e procuro informação mais científica.	Era menos eficaz e valeu a pena, da formação esperava mais resultados, devia ter sido mais calma e mais prática.	Sim, no sentido em que já sabemos onde procurar a informação.	<i>As bibliotecas devem continuar com o serviço de apoio para ajudar os alunos, sem a ajuda do serviço não sabia se os documentos eram os mais adequados e perdia imenso tempo a pesquisar e podia não ser a informação mais certa pois tenho dificuldade com o inglês.</i>	Sim aconselharia.
E ₈	Sim, quando precisei utilizar estes recursos, a informação disponível foi útil.	Sim, com certeza.	Sempre pesquisei da mesma maneira, utilizando quase sempre os mesmos recursos.	Claro que valeu a pena. Com a informação disponível o trabalho é mais eficaz.	Nem por isso. Como já referi, a minha pesquisa incidiu mais sobre os livros relacionados com o tema.	Não tenho uma opinião formada sobre este assunto, mas tendo em conta que considero que existem bons recursos disponíveis, <i>pode haver mais equilíbrio na divisão do espaço de estudo em grupo e individual.</i>	Com certeza.
E ₉	O apoio foi fundamental para começar a lidar com este tipo de recursos e de pesquisas, com as quais não estava familiarizada.	Sim, tendo os recursos.	Acho que alterou um bocadinho, principalmente quando falamos em informação mais científica.	Valeu a pena e teria sido menos eficaz.	Sim e acho muito importante os recursos para termos acesso à informação <i>principalmente sem termos que deslocarmo-nos a outros sítios.</i>	<i>A biblioteca deve começar desde logo a cultivar a necessidade de utilizar os recursos, incentivar, principalmente durante a licenciatura, a perceção dos alunos seria outra. Devia haver mais formação para a licenciatura e acho que se devia começar pelos professores para estes incentivarem os alunos de maneira a não pesquisarem só no Google.</i>	Sim, claro!
E ₁₀	Sim, senti.	Sim, relativamente à forma correta de fazer citações e referências bibliográficas.	Sim alterou.	Teria sido menos eficaz.	<i>Ajudou, o trabalho melhorou mas devia-se tentar chegar mais cedo aos alunos e não só no mestrado.</i>	<i>A formação durante a licenciatura.</i>	Sim!
E ₁₁	Sem dúvida, senti menos dificuldades porque tinha mais recursos.	<i>Senti, sem o apoio não sabia que recursos tinha para pesquisar, nem tinha várias fontes de informação para procurar os estudos e poder comparar.</i>	Mudei os hábitos de pesquisa bibliográfica.	Teria sido menos eficaz.	<i>Acho que sim, as fontes de informação permitem melhorar a qualidade do trabalho no caso da dissertação.</i>	Mais disponibilização de livros para empréstimo domiciliário, mais tempo para empréstimo, de resto acho que não tenho nada a apontar.	<i>Sim e aconselho que comecem desde logo a ganhar boas práticas, a ter desde o início outros hábitos, porque depois vão sentir menos dificuldades no mestrado.</i>
E ₁₂	Senti menos dificuldades.	Sim, sem o apoio acho que era impossível.	Mudei os meus hábitos.	Muito menos eficaz, valeu a pena.	<i>Sim, vão ajudar a melhorar a qualidade do meu trabalho.</i>	Começar com o apoio logo na licenciatura, muito importante.	<i>Com certeza que sim.</i>

	3.1 Com o apoio prestado pela biblioteca sentiu-se mais preparado e motivado para utilizar os recursos de informação sozinho(a)? Sentiu menos dificuldades na pesquisa bibliográfica?	3.2 Sentiu-se mais motivado para trabalhar na sua dissertação?	3.3 O apoio do serviço e o conhecimento sobre os recursos para encontrar informação científica mudou o seu comportamento e hábitos na pesquisa bibliográfica?	3.4 Sem o apoio do serviço considera que a pesquisa bibliográfica teria sido mais ou menos eficaz? Valeu a pena?	3.5 Acha que a pesquisa nos recursos de informação disponibilizados pelas bibliotecas da UA contribuiu para melhorar a qualidade do seu trabalho académico?	3.6 Na sua opinião que atributos da biblioteca seriam mais úteis para o desempenho académico dos alunos?	3.7 Aconselharia o serviço e a biblioteca a futuros alunos?
E ₁₃	Com a ajuda dos recursos de informação disponíveis na biblioteca consegui perceber melhor as matérias e até tive uma boa nota. Relativamente às pesquisas há alturas em que consigo ter sucesso mas outras vezes ainda é difícil encontrar o caminho.	Sim, senão fosse assim estava mal.	Mudei os hábitos e não pesquisei só no Google.	Muito menos eficazes, valeu a pena.	<i>Sim, penso que vão ajudar a melhorar.</i>	<i>A biblioteca devia "obrigar" os alunos a participar nas formações e os professores também não souberam incentivar, sensibilizar e influenciar os alunos, no entanto, ainda há alguns professores que nos elucidaram sobre os recursos de informação.</i>	Sim.
E ₁₄	Sim mais preparada e motivada.	Senti, tenho colegas a fazer mestrado em Coimbra que desconhecem os recursos que nos foram disponibilizados na biblioteca do ISCA-UA.	Mudou, já não uso só a pesquisa no Google, pesquisei também nas bases de dados.	Menos eficaz, vale a pena em termos de resultados.	Sim, vão ajudar.	<i>A formação deve ser obrigatória na licenciatura, e disciplinas como metodologias na licenciatura, em pouco tempo no ISCA-UA, ficámos a saber mais do que em todo o tempo na licenciatura.</i>	Aconselhava.
E ₁₅	Sim senti.	Sim.	<i>Mudou, e a professora de economia chamou-nos a atenção para as pesquisas. Antes pesquisava no Google e era o que encontrava, agora com estes recursos temos acesso a uma informação mais credível e científica.</i>	<i>Seria menos eficaz, foi interessante e valeu a pena, devia ter sido antes. Agora já tenho muitos artigos científicos para dar início ao meu trabalho.</i>	Sim.	Ter no fundo documental livros mais recentes com um nº de exemplares suficientes.	<i>Aconselhava, devia era ter sido logo no 1º ano do mestrado.</i>
E ₁₆	Sim, inclusive agora já pesquisei e já consigo encontrar a informação, já sei trabalhar com o catálogo, sinto menos dificuldades.	<i>Sim, se calhar este apoio devia ser dado na licenciatura, ia ajudar os alunos no percurso académico.</i>	<i>Veio mudar, deixei de precisar tanto de livros e comecei a trabalhar com artigos científicos para fundamentar o meu conhecimento.</i>	<i>Perdia mais tempo a pesquisar, a ajuda veio de certa forma motivar. Vale a pena continuar a insistir para ser dada formação na licenciatura, as pessoas vão ter outra preparação e quando chegarem ao mestrado não vão sentir-se perdidas.</i>	Não sei quanto aos outros, mas a mim ajudou, por exemplo, perceber que ao consultar outras dissertações podemos ver como escrevem, a estrutura, para saber como organizar a minha. Vai ajudar muito a melhorar a qualidade.	<i>Talvez a biblioteca devesse ser maior e ter mais livros, as bibliotecas podiam também ajudar os alunos com o inglês.</i>	<i>Sim eventualmente na licenciatura, a biblioteca devia ir no início das aulas falar com os alunos diretamente e insistir presencialmente.</i>
E ₁₇	<i>Senti-me mais preparada e particularmente mais motivada para continuar a fazer os trabalhos académicos e fez-me perceber que não é assim tão difícil como imaginava.</i>	Sim.	<i>Mudou completamente porque atualmente na minha dissertação só estou a utilizar 4 livros, o resto das referências são artigos científicos.</i>	<i>Não teria sido eficaz, acho que sem o apoio dificilmente conseguiria dar continuidade ao trabalho nem vir a ter bons resultados.</i>	Enriquece bastante e os professores vão verificar as fontes utilizadas. Também para os futuros alunos vai ser útil pois o nosso trabalho pode vir a ajudar outros alunos, por outro lado, os professores percebem nitidamente se houve uma boa pesquisa bibliográfica.	<i>Devia haver mais do que uma pessoa a dar este tipo de ajuda aos alunos, no ISCA só existe uma pessoa a fazer referência à noite.</i>	<i>Claro que sim, acho que esta biblioteca pode ser um bom apoio para estudar e trabalhar.</i>

ANEXO 4. QUESTIONÁRIO – BLOCO 1 – ANÁLISE DESCRITIVA DA AMOSTRA

Idade dos inquiridos	Frequência	Percentagem
< 18 anos	4	4,0
20 aos 23 anos	45	45,0
24 aos 29 anos	21	21,0
30 aos 39 anos	17	17,0
40 aos 55 anos	11	11,0
> 55 anos	2	2,0
Total	100	100,0

Tabela 1. Idade dos inquiridos

Área de estudos	Frequência	Percentagem
Contabilidade	60	60,0
Finanças	13	13,0
Marketing	26	26,0
Outro	1	1,0
Total	100	100,0

Tabela 2. Curso dos inquiridos

Localização geográfica da residência dos inquiridos	Frequência	Percentagem
Nas residências da Universidade	4	4,0
Apartamento com colegas perto da universidade	24	24,0
Apartamento com colegas distante da universidade	1	1,0
Resido com a minha família perto da universidade	16	16,0
Resido com a minha família distante da Universidade, no concelho de Aveiro	32	32,0
Resido com a minha família fora do concelho de Aveiro	16	16,0
Outro	7	7,0
Total	100	100,0

Tabela 3. Residência dos inquiridos

Assinale a sua situação atual * Assinale o ano em que se encontra no 1º Ciclo	Assinale o ano em que se encontra no 1º Ciclo			
	1º Ano	2º Ano	3º Ano	Total
Aluno(a) do 1º Ciclo (licenciatura)	10	25	21	56

Tabela 4. Assinale o ano em que se encontra no 1º ciclo

Nº de horas despendidas em atividades de estudo	Frequência	Percentagem
5 horas por semana	27	27,0
6-15 horas por semana	42	42,0
11-20 horas por semana	17	17,0
20-25 horas por semana	9	9,0
25-30 horas por semana	5	5,0
Total	100	100,0

Tabela 5. Frequência de utilização da biblioteca

Tabela de contingência do qui-quadrado		Value	<i>p</i>
Nominal por Nominal	Coefficiente de contingência	0,403	0,734
Número de respostas válidas		100	

Tabela 6. Teste de independência do Qui-quadrado

Correlação de Spearman's		Como classifica o seu desempenho académico no último semestre?
Com que frequência em média utiliza as bibliotecas da Universidade	Coefficiente de Correlação	0,284**
	<i>p</i>	0,004

Tabela 7. Correlação entre variáveis

Correlação de Spearman's		Como classifica o seu desempenho académico no último semestre?
Durante a semana quantas horas passa em média, em atividades relacionadas com a aprendizagem fora da sala de aula	Coefficiente de Correlação	0,399**
	<i>p</i>	0,000
Número de respostas válidas		100

Tabela 8. Correlação entre variáveis

	Média	Desvio-padrão
Como classifica o seu desempenho académico neste ultimo semestre?	3,31	0,884

Tabela 9. Média e desvio-padrão da variável "Como classifica o seu desempenho académico no último semestre?"

ANEXO 5. QUESTIONÁRIO – BLOCO 2 - TABELAS DE FREQUÊNCIAS

Utilizo as bibliotecas da UA para [Fazer trabalhos em grupo]		Frequência	Porcentagem (%)
Respostas válidas	Nunca	21	21,0
	Raramente	27	27,0
	Às vezes	34	34,0
	Quase sempre	15	15,0
	Sempre	3	3,0
	Total	100	100,0
Utilizo as bibliotecas da UA para [Para estudar individualmente]		Frequência	Porcentagem (%)
Respostas válidas	Nunca	19	19,0
	Raramente	25	25,0
	Às vezes	28	28,0
	Quase sempre	23	23,0
	Sempre	5	5,0
	Total	100	100,0
Utilizo as bibliotecas da UA para [Estudar em grupo]		Frequência	Porcentagem (%)
Respostas válidas	Nunca	20	20,0
	Raramente	25	25,0
	Às vezes	38	38,0
	Quase sempre	15	15,0
	Sempre	2	2,0
	Total	100	100,0
Utilizo as bibliotecas da UA para [Encontrar-me com colegas]		Frequência	Porcentagem (%)
Respostas válidas	Nunca	27	27,0
	Raramente	26	26,0
	Às vezes	38	38,0
	Quase sempre	7	7,0
	Sempre	2	2,0
	Total	100	100,0

Utilizo as bibliotecas da UA para [Requisitar livros e revistas]		Frequência	Percentagem (%)
Respostas válidas	Nunca	10	10,0
	Raramente	22	22,0
	Às vezes	25	25,0
	Quase sempre	28	28,0
	Sempre	15	15,0
	Total	100	100,0
Utilizo as bibliotecas da UA para [Utilizar os computadores]		Frequência	Percentagem (%)
Respostas válidas	Nunca	18	18,0
	Raramente	41	41,0
	Às vezes	34	34,0
	Quase sempre	7	7,0
	Sempre	0	
	Total	100	100,0
Utilizo as bibliotecas da UA para [Consultar livros e revistas]		Frequência	Percentagem (%)
Respostas válidas	Nunca	9	9,0
	Raramente	19	19,0
	Às vezes	32	32,0
	Quase sempre	32	32,0
	Sempre	8	8,0
	Total	100	100,0
Utilizo as bibliotecas da UA para [Utilizar o Catálogo]		Frequência	Percentagem (%)
Respostas válidas	Nunca	29	29,0
	Raramente	32	32,0
	Às vezes	19	19,0
	Quase sempre	15	15,0
	Sempre	5	5,0
	Total	100	100,0

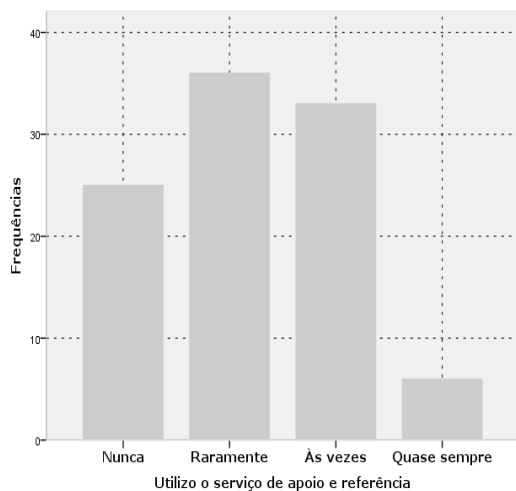
Tabela 10. Tabelas de frequências discriminando a variável "Utilizo as bibliotecas da UA"

Peço ajuda aos colaboradores das bibliotecas da UA [Para localizar os livros na sala de leitura]		Frequência	Percentagem (%)
Respostas válidas	Nunca	19	19,0
	Raramente	27	27,0
	Às vezes	42	42,0
	Quase sempre	10	10,0
	Sempre	2	2,0
	Total		
Peço ajuda aos colaboradores das bibliotecas da UA [Para aprender a utilizar o catálogo]		Frequência	Percentagem (%)
Respostas válidas	Nunca	45	45,0
	Raramente	24	24,0
	Às vezes	26	26,0
	Quase sempre	5	5,0
	Sempre	0	
	Total	100	100,0
Peço ajuda aos colaboradores das bibliotecas da UA [Nas pesquisas bibliográficas nas bases de dados]		Frequência	Percentagem (%)
Respostas válidas	Nunca	38	38,0
	Raramente	23	23,0
	Às vezes	33	33,0
	Quase sempre	6	6,0
	Sempre	0	
	Total	100	100,0
Peço ajuda aos colaboradores das bibliotecas da UA [Nas pesquisas bibliográficas na Internet]		Frequência	Percentagem (%)
Respostas válidas	Nunca	46	46,0
	Raramente	27	27,0
	Às vezes	21	21,0
	Quase sempre	6	6,0
	Sempre	0	
	Total	100	100,0

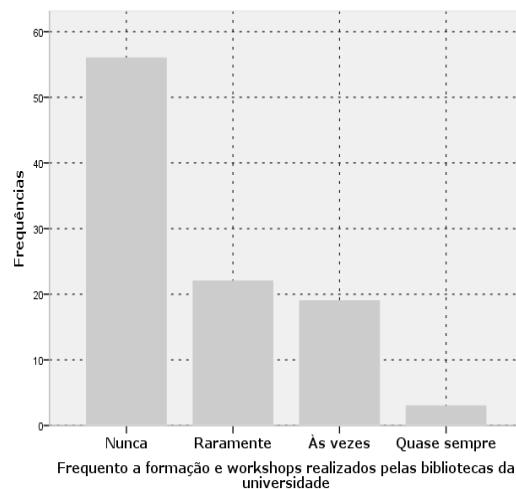
Peço ajuda aos colaboradores das bibliotecas da UA [Na realização dos trabalhos académicos]		Frequência	Percentagem (%)
Respostas válidas	Nunca	61	61,0
	Raramente	26	26,0
	Às vezes	8	8,0
	Quase sempre	4	4,0
	Sempre	1	1,0
	Total	100	100,0
Peço ajuda aos colaboradores das bibliotecas da UA [Para aprender a fazer citações e referências bibliográficas]		Frequência	Percentagem (%)
Respostas válidas	Nunca	60	60,0
	Raramente	25	25,0
	Às vezes	11	11,0
	Quase sempre	4	4,0
	Sempre	0	1,0
	Total	100	100,0

Tabela 11. Tabelas de frequências discriminando a variável "Peço ajuda aos colaboradores das bibliotecas da UA"

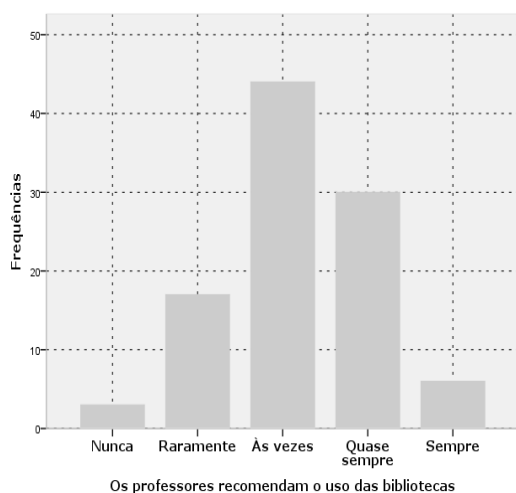
ANEXO 6. QUESTIONÁRIO – BLOCO 2 - GRÁFICOS DE FREQUÊNCIAS



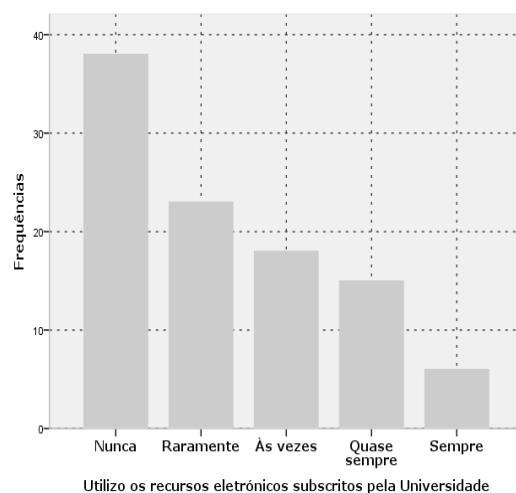
(a)



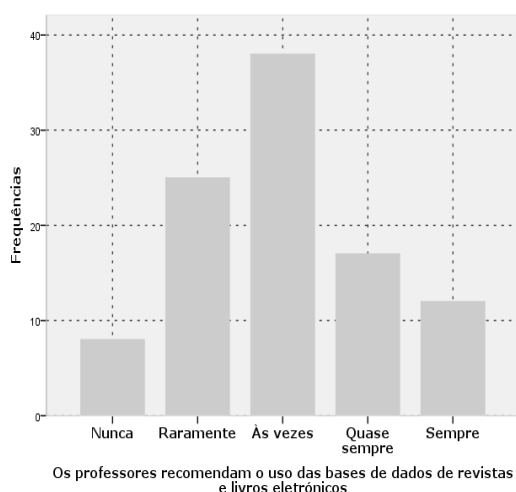
(b)



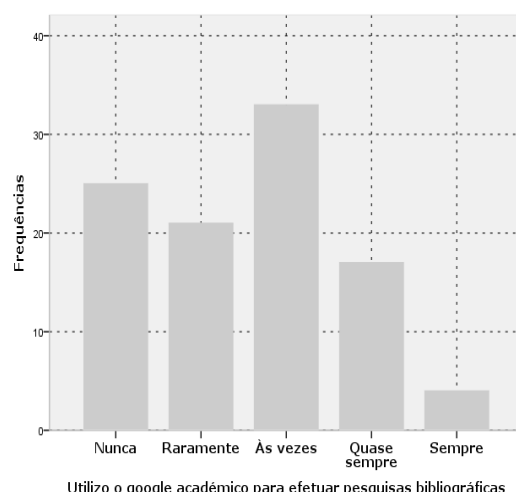
(c)



(d)

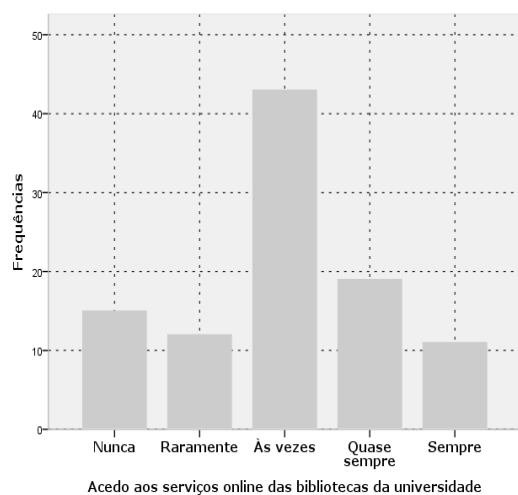


(e)



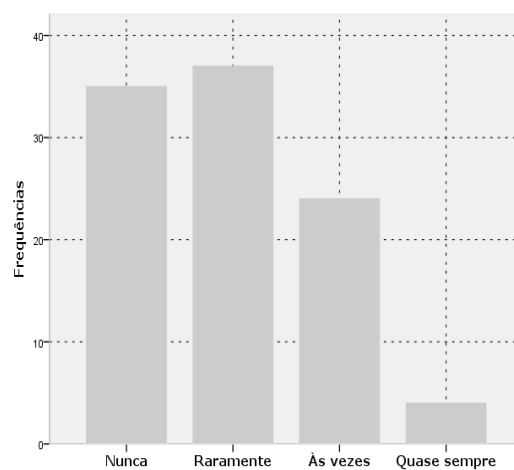
(f)

Gráfico 1. Análise de frequências das variáveis que caracterizam o comportamento de utilização das bibliotecas



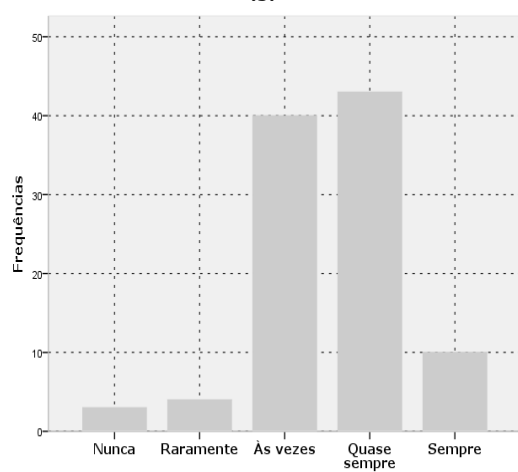
Acedo aos serviços online das bibliotecas da universidade

(g)



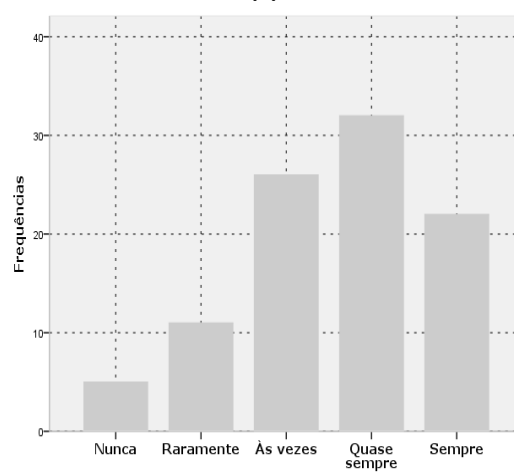
Utilizo os tutoriais e os boletins Web elaborados pelas bibliotecas

(h)



Encontro as obras indicadas pelos professores nas bibliotecas?

(i)



Aconselho a utilização das bibliotecas da UA aos meus colegas

(j)

Gráfico 1. Análise de frequências das variáveis que caracterizam o comportamento de utilização das bibliotecas da UA.

ANEXO 7. QUESTIONÁRIO – BLOCO 2. TESTES DE NORMALIDADE

One-Sample Kolmogorov-Smirnov			
Variáveis "Utilizo as bibliotecas da UA" e "Peço ajuda aos colaboradores"	Estatística do Teste	g.l.	<i>p</i>
Utilizo as bibliotecas da UA para [Fazer trabalhos em grupo]	1,920	100	0,001
Utilizo as bibliotecas da UA para [Para estudar individualmente]	1,656	100	0,008
Utilizo as bibliotecas da UA para [Estudar em grupo]	2,210	100	0,000
Utilizo as bibliotecas da UA para [Encontrar-me com colegas]	2,223	100	0,000
Utilizo as bibliotecas da UA para [Requisitar livros e revistas]	1,844	100	0,002
Utilizo as bibliotecas da UA para [Utilizar os computadores]	2,284	100	0,000
Utilizo as bibliotecas da UA para [Consultar livros e revistas]	1,927	100	0,001
Utilizo as bibliotecas da UA para [Utilizar o Catálogo]	2,254	100	0,000
Peço ajuda aos colaboradores das bibliotecas da UA [Para localizar os livros na sala de leitura]	2,387	100	0,000
Peço ajuda aos colaboradores das bibliotecas da UA [Para aprender a utilizar o catálogo]	2,798	100	0,000
Peço ajuda aos colaboradores das bibliotecas da UA [Nas pesquisas bibliográficas nas bases de dados]	2,433	100	0,000
Peço ajuda aos colaboradores das bibliotecas da UA [Nas pesquisas bibliográficas na Internet]	2,802	100	0,000
Peço ajuda aos colaboradores das bibliotecas da UA [Na realização dos trabalhos académicos]	3,555	100	0,000
Peço ajuda aos colaboradores das bibliotecas da UA [Para aprender a fazer citações e referências bibliográficas]	3,583	100	0,000

Tabela 12. Teste de normalidade de dados para a variável "Utilização das bibliotecas" e "Peço ajuda aos colaboradores".

One-Sample Kolmogorov-Smirnov			
Serviços e recursos das bibliotecas da UA	Estatística do Teste	g.l.	<i>p</i>
Utilizo o serviço de apoio e referência	0,208	96	,000
Os professores recomendam o uso das bibliotecas	0,223	96	,000
Os professores recomendam o uso das bases de dados de revistas e livros eletrônicos	0,212	96	,000
Acedo aos serviços online das bibliotecas da universidade	0,240	96	,000
Frequento a formação e workshops realizados pelas bibliotecas da universidade	0,352	96	,000
Utilizo os recursos eletrônicos subscritos pela Universidade	0,226	96	,000
Utilizo o Google académico para efetuar pesquisas bibliográficas	0,190	96	,000
Utilizo os tutoriais e os boletins Web elaborados pelas bibliotecas	0,222	96	,000
Encontro as obras indicadas pelos professores nas bibliotecas?	0,245	96	,000
Aconselho a utilização das bibliotecas da UA aos meus colegas	0,211	96	,000

Tabela 13. Teste de normalidade de dados para as variáveis que correspondem aos serviços/recursos das bibliotecas da UA.

ANEXO 8. QUESTIONÁRIO – BLOCO 2. TESTES NÃO PARAMÉTRICOS

Variáveis "Utilizo as bibliotecas da UA" e "Peço ajuda aos colaboradores"	Qui-quadrado	g.l.	p
Utilizo as bibliotecas da UA para [Fazer trabalhos em grupo]	5,347	3	0,148
Utilizo as bibliotecas da UA para [Para estudar individualmente]	4,342	3	0,227
Utilizo as bibliotecas da UA para [Estudar em grupo]	11,101	3	0,011*
Utilizo as bibliotecas da UA para [Encontrar-me com colegas]	2,738	3	0,434
Utilizo as bibliotecas da UA para [Requisitar livros e revistas]	8,496	3	0,037*
Utilizo as bibliotecas da UA para [Utilizar os computadores]	1,864	3	0,601
Utilizo as bibliotecas da UA para [Consultar livros e revistas]	5,141	3	0,162
Utilizo as bibliotecas da UA para [Utilizar o Catálogo]	4,565	3	0,207
Peço ajuda aos colaboradores das bibliotecas da UA [Para localizar os livros na sala de leitura]	5,780	3	0,123
Peço ajuda aos colaboradores das bibliotecas da UA [Para aprender a utilizar o catálogo]	3,903	3	0,272
Peço ajuda aos colaboradores das bibliotecas da UA [Nas pesquisas bibliográficas nas bases de dados]	7,359	3	0,061
Peço ajuda aos colaboradores das bibliotecas da UA [Nas pesquisas bibliográficas na Internet]	1,417	3	0,702
Peço ajuda aos colaboradores das bibliotecas da UA [Na realização dos trabalhos académicos]	2,602	3	0,457
Peço ajuda aos colaboradores das bibliotecas da UA [Para aprender a fazer citações e referências bibliográficas]	5,019	3	0,170

Tabela 14. Resultados dos Testes de KRUSKAL – WALLIS para a comparação "área de estudos". *Diferenças significativas ($p < 0,05$)

Variáveis "Utilizo as bibliotecas da UA" e "Peço ajuda aos colaboradores"	Contabilidade	Finanças	Marketing	Outro
	Média (DP)	Média (DP)	Média (DP)	Média (DP)
Utilizo as bibliotecas da UA para [Estudar em grupo]	2,65 (0,971)	3,08 (0,954)	2,08 (1,055)	1,00 (-)
Utilizo as bibliotecas da UA para [Requisitar livros e revistas]	3,35 (1,219)	2,46 (0,967)	3,15 (1,190)	1,00 (-)

Tabela 15. Médias (desvio-padrão) dos itens de utilização das bibliotecas da UA e pedido de ajuda aos colaboradores discriminados por "área de estudos"

Variáveis "Utilizo as bibliotecas da UA" e "Peço ajuda aos colaboradores"	Mann-whitney (U)	p
Utilizo as bibliotecas da UA para [Fazer trabalhos em grupo]	1081,000	0,757
Utilizo as bibliotecas da UA para [Para estudar individualmente]	983,500	0,299
Utilizo as bibliotecas da UA para [Estudar em grupo]	999,000	0,350
Utilizo as bibliotecas da UA para [Encontrar-me com colegas]	1096,500	0,846
Utilizo as bibliotecas da UA para [Requisitar livros e revistas]	890,500	0,084
Utilizo as bibliotecas da UA para [Utilizar os computadores]	853,000	0,038*
Utilizo as bibliotecas da UA para [Consultar livros e revistas]	826,000	0,025*
Utilizo as bibliotecas da UA para [Utilizar o Catálogo]	954,500	0,207
Peço ajuda aos colaboradores das bibliotecas da UA [Para localizar os livros na sala de leitura]	907,000	0,099
Peço ajuda aos colaboradores das bibliotecas da UA [Para aprender a utilizar o catálogo]	985,500	0,289
Peço ajuda aos colaboradores das bibliotecas da UA [Nas pesquisas bibliográficas nas bases de dados]	997,000	0,337
Peço ajuda aos colaboradores das bibliotecas da UA [Nas pesquisas bibliográficas na Internet]	1117,500	0,972
Peço ajuda aos colaboradores das bibliotecas da UA [Na realização dos trabalhos académicos]	1016,000	0,375
Peço ajuda aos colaboradores das bibliotecas da UA [Para aprender a fazer citações e referências bibliográficas]	1049,000	0,544

Tabela 16. Resultados dos Testes de Mann-Whitney U para a comparação entre sexos. * Diferenças significativas ($p < 0,05$)

Variáveis "Utilizo as bibliotecas da UA" e "Peço ajuda aos colaboradores"	Feminino	Masculino
	Média (DP)	Média (DP)
Utilizo as bibliotecas da UA para [Utilizar os computadores]	2,42 (0,860)	2,06 (0,776)
Utilizo as bibliotecas da UA para [Consultar livros e revistas]	3,27 (1,144)	2,79 (0,914)

Tabela 17. Médias (desvio-padrão) dos itens de utilização das bibliotecas da UA e pedido de ajuda aos colaboradores discriminados por "sexo".

Variáveis "Utilizo as bibliotecas da UA" e "Peço ajuda aos colaboradores"	Chi-Square	df	Asymp. Sig.
Utilizo as bibliotecas da UA para [Fazer trabalhos em grupo]	4,369	5	0,498
Utilizo as bibliotecas da UA para [Para estudar individualmente]	6,540	5	0,257
Utilizo as bibliotecas da UA para [Estudar em grupo]	7,831	5	0,166
Utilizo as bibliotecas da UA para [Encontrar-me com colegas]	4,892	5	0,429
Utilizo as bibliotecas da UA para [Requisitar livros e revistas]	12,801	5	0,025*
Utilizo as bibliotecas da UA para [Utilizar os computadores]	2,669	5	0,751
Utilizo as bibliotecas da UA para [Consultar livros e revistas]	11,209	5	0,047*
Utilizo as bibliotecas da UA para [Utilizar o Catálogo]	8,624	5	0,125
Peço ajuda aos colaboradores das bibliotecas da UA [Para localizar os livros na sala de leitura]	6,316	5	0,277
Peço ajuda aos colaboradores das bibliotecas da UA [Para aprender a utilizar o catálogo]	11,502	5	0,042*
Peço ajuda aos colaboradores das bibliotecas da UA [Nas pesquisas bibliográficas nas bases de dados]	6,857	5	0,232
Peço ajuda aos colaboradores das bibliotecas da UA [Nas pesquisas bibliográficas na Internet]	5,194	5	0,393
Peço ajuda aos colaboradores das bibliotecas da UA [Na realização dos trabalhos académicos]	4,381	5	0,496
Peço ajuda aos colaboradores das bibliotecas da UA [Para aprender a fazer citações e referências bibliográficas]	2,909	5	0,714

Tabela 18. Resultados dos Testes de Kruskal-wallis para a comparação entre faixas etárias. * Diferenças significativas ($p < 0,05$)

Variáveis "Utilizo as bibliotecas da UA" e "Peço ajuda aos colaboradores"	<18 anos Média (DP)	20 aos 23 anos Média (DP)	24 aos 29 anos Média (DP)	30 aos 39 anos Média (DP)	40 aos 55 anos Média (DP)	> 55 anos Média (DP)
Utilizo as bibliotecas da UA para [Requisitar livros e revistas]	2,25 (0,957)	3,07 (1,136)	3,33 (1,238)	3,76 (1,200)	3,00 (1,183)	1,00 (0,000)
Utilizo as bibliotecas da UA para [Consultar livros e revistas]	2,25 (0,957)	3,13 (1,120)	2,95 (0,921)	3,65 (1,169)	3,09 (0,831)	1,50 (0,707)
Peço ajuda aos colaboradores das bibliotecas da UA [Para aprender a utilizar o catálogo]	1,75 (0,957)	1,80 (0,919)	2,05 (0,921)	2,47 (1,007)	1,45 (0,820)	1,00 (0,000)

Tabela 19. Médias (desvio-padrão) dos itens de utilização das bibliotecas da UA e pedido de ajuda aos colaboradores discriminados por "faixa etária"